



**UNIVERSIDADE DE LISBOA
FACULDADE DE DIREITO- FDUL
MESTRADO EM CIÊNCIAS JURÍDICO AMBIENTAIS**

MARIANA BEDÊGO SANTOS COSTA

**DECISÕES VERDE EM TEMPOS DE CRISE: UM ESTUDO SOBRE OS
RÓTULOS ECOLÓGICOS EUROPEUS, SEU PAPEL NAS COMPRAS PÚBLICAS E
SUA INFLUÊNCIA NO COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR**

Lisboa
2017

**UNIVERSIDADE DE LISBOA
FACULDADE DE DIREITO - FDUL
MESTRADO EM CIÊNCIAS JURÍDICO AMBIENTAIS**

**DECISÕES VERDE EM TEMPOS DE CRISE: UM ESTUDO SOBRE OS
RÓTULOS ECOLÓGICOS EUROPEUS, SEU PAPEL NAS COMPRAS PÚBLICAS E
SUA INFLUÊNCIA NO COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR**

Dissertação apresentada ao Mestrado Científico *Strictu Sensu* em Direito Ambiental, na Faculdade de Direito de Lisboa – FDUL, como parte dos requisitos para obtenção do Título de Mestre em Ciências Jurídico-Ambientais.

Orientadora: Profa. Dra. Carla Amado Gomes.

Lisboa
2017

**DECISÕES VERDE EM TEMPOS DE CRISE: UM ESTUDO SOBRE OS
RÓTULOS ECOLÓGICOS EUROPEUS, SEU PAPEL NAS COMPRAS PÚBLICAS E
SUA INFLUÊNCIA NO COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR**

Dissertação apresentada ao Mestrado Científico Strictu Sensu em Direito Ambiental da Faculdade de
Direito de Lisboa – FDUL, como requisito parcial para obtenção do Título de Mestre em Direito Ambiental.

Aprovada em _____

COMISSÃO EXAMINADORA

Professor 1
Orientadora

Professor 2
Instituição

Professor 3
Instituição

A meus pais,
Que sempre me ensinaram a cuidar do meio ambiente,
E a amá-lo como se minha casa fosse.
E de fato é.

A minha irmã,
Expressão profunda do meu amor.

AGRADECIMENTOS

Ao meu querido Senhor Jesus Cristo, mantenedor da minha vida e autor da minha fé.

Aos meus amigos e colegas Dra. Juliana Araújo, Dra. Aline Cedraz e Dr. Diego Felipe, por compartilharem muito mais do que lições jurídicas, mas lições que servirão para toda a vida.

Aos queridos, Dr. Haitham Al-Ani e Me. Ramon Noya, por toda a amizade e apreço ao longo dessa caminhada.

Aos meus amados Vô Lió, Vó Bel e João Henrique por serem expressão de amor e suporte a todo instante. Amo-os muito!

A minha orientadora, Prof.^a Dr.^a Carla Amado Gomes, por sua disponibilidade e atenção durante o desenvolvimento do trabalho.

Ecolabel is a fuzzy and ill-defined term that may encompass different meanings. At one extreme, ecolabels are 'labels issued by independent organizations and displayed voluntarily by manufacturers who submit to inspection or in some other way meet the organization environmental or advertising standards'. At the other extreme, ecolabels are just on product claims or logos related to some extent to environmental friendliness. Such claims may be vague, undefined, unverified and unverifiable.

Ibanez and Grolleau 2008: 55, quoted Wayne 1994.

RESUMO

O objetivo fulcral deste trabalho é estudar sobre o Rótulo Ecológico Europeu, o papel que ele exerce nas compras públicas e como ele pode influenciar o comportamento do consumidor. Em dias tão marcados pelo consumismo desenfreado e por diversas crises sociais e ambientais, a relação que se estabelece frente às estratégias de mercado influenciará diretamente o rumo pelo qual a economia poderá trilhar, concorrendo para o desenvolvimento e fortalecimento de uma geração envolvida com a proteção do meio ambiente ou com uma sociedade que não inova, que continua com um comportamento antiquado e próprio de uma geração acomodada. As políticas públicas para a rotulagem ambiental buscam reforçar os valores éticos e ambientais tão presentes nas estratégias adotadas pela União Europeia, como também pretende atuar no processo de percepção dos consumidores do rótulo verde, a fim de informá-los e orientá-los sobre as atribuições, as características e os benefícios dos produtos e serviços ecológicos. Compreender a evolução legislativa também facilitará na condução do trabalho e traçará um fio condutor da evolução das políticas públicas ambientais, mostrando o rótulo ecológico como instrumento de fomentação da economia e outrora como instrumento de proteção do meio ambiente. Discutirá, também, o mercado econômico na perspectiva da Economia Verde e como os processos produtivos podem ser aplicados em prol do bem-estar humano, da igualdade social e da minimização dos impactos ambientais negativos. Não obstante, cumpre analisar o papel da contratação pública sustentável e a sua importância na promoção da tutela dos interesses públicos coletivos, através da qual, poderá a Administração Pública atuar observando os critérios ambientais para a compra, estimulando o crescimento do consumo sustentável. A implementação do rótulo ecológico não impacta apenas as decisões dos consumidores, mas ele exige uma adequação das empresas aos critérios ambientais, como forma de resgatar valores e promover mudanças ecológicas no mundo dos negócios.

Palavras-chave: Rótulos ecológicos europeus. Contratação pública sustentável. Políticas públicas. Comportamento do consumidor.

ABSTRACT

The objective of this paper is to develop a study on the European Ecolabel, its role in public procurement, and how it can influence consumer behaviour. In such days marked by unbridled consumerism and various social and environmental crises, the relationship established with market strategies will directly influence the direction in which the economy may move. The public policies for environmental labelling seek to reinforce the ethical and environmental values that are present in the strategies employed by the European Union, and also intend to influence consumer perception of the green label, in order to inform and guide them about the attributions, characteristics and benefits of environmentally friendly products and services. Understanding the legislative evolution is essential to the goal of this paper, which will explore the history of the progression of public environmental policies, showing the eco-label as not only an instrument to stimulate the economy, but also as a tool to protect the environment. It will also discuss the economic market in the perspective of the Green Economy and how the productive processes can be applied in favour of human well-being, social equality and minimisation of negative environmental impacts. Nonetheless, it is necessary to analyse the role of sustainable public procurement and its importance in promoting the protection of collective public interests, through which the Public Administration can act, observing the environmental criteria for the purchase and stimulating the growth of sustainable consumption. The implementation of the Ecolabel does not only impact consumer decisions, but it requires companies to adapt to environmental criteria, with a way of recovering values and promoting ecological change in the business world.

Keywords: European green labels. Green public procurement. Public policy. Consumer behaviour.

LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS

AIA – Avaliação de Impacto Ambiental
ACF - Advocacy Coalition Framework
CEMPRE - Compromisso Empresarial para Reciclagem
CFC - Clorofluorcarboneto
CONAR - Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária
CREUE - Comitê do Rótulo Ecológico da União Europeia
CP – Contratação Pública
CPE – Contratação Pública Ecológica
CPS - Contratação Pública Sustentável
CPSR – Contratação Pública Sustentável Responsável
DIA – Declaração de Impacto Ambiental
DL – Decreto Lei
EUA – Estados Unidos da América
GREI – *Green Economy Initiative*
IEV - Iniciativa Economia Verde
ISO – International Standards Organization
ODS – Objetivos de Gestão Sustentável
ONU – Organização das Nações Unidas
PIB – Produto Interno Bruto
PIDCP - Pacto Internacional dos Direitos Civis e Políticos
PIDESCP - Pacto de Direito Internacional sobre os Direitos Econômicos, Sociais e Culturais
PNUMA - Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente
REV – Relatório de Economia Verde
SAGE – *Strategic Advisory Group on Environmental*
SGA – Sistema de Gestão Ambiental
UE – União Europeia

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	12
 1. POLÍTICAS PÚBLICAS E OS RÓTULOS ECOLÓGICOS	15
1.1. A “espraiada” crise europeia	15
1.2. Das Políticas Públicas Ambientais	17
1.2.1. Instrumentos da Política Pública Ambiental	21
1.2.2. A Moderna vertente do “ <i>Advocacy Coalition Framework</i> ”	25
1.3. Considerações sobre a Segurança Ambiental e Alimentar	27
 2. DOS RÓTULOS ECOLÓGICO EUROPEUS	33
2.1. Da Rotulagem Ambiental	33
2.1.2. Histórico da Rotulagem Ambiental	41
2.1.3. Normatização dos Rótulos Ambientais	43
2.1.4. Princípios que regem a Certificação Ecológica	48
2.1.5. O Rótulo Europeu e o Princípio da Prevenção	54
2.2. A Flor Europeia	59
2.2.1. Políticas Bottom-up: Uma estratégia de promoção do Rótulo	61
2.3. “ <i>A Guide for Applicants</i> ”	63
2.4. Funções do selo verde na perspectiva de cada ator: Empresa, Consumidor e Estado ..	64

3. DO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL	67
3.1. Compromisso da EU com o Desenvolvimento Sustentável	67
3.2. O Mito da Sustentabilidade nos países em crise	70
3.3. <i>Marketing Verde</i> - A Ecologia como apelo persuasivo	73
3.4. O risco do <i>Greenwashing: Marketing Ambiental</i> ou Proteção Ambiental?	78
3.5. Considerações referentes à Economia Verde: da Eco-inovação ao <i>Ecodesign</i>	81
 4. A CONTRATAÇÃO PÚBLICA SUSTENTÁVEL E O PAPEL DO CONSUMIDOR	
.....	87
4.1. O Fator Ecológico como critério para Contratação	87
4.2. As estratégias para as Compras Públicas	91
4.3. Aspectos legais e doutrinário da CPS	94
4.4. Percepção dos consumidores dos Rótulos Verdes e comportamento de compra	98
4.4.1. Formação e função da atitude do consumidor	100
4.4.2. Mudança de atitude perante o apelo verde	102
4.5. Da fabricação do produto ao destinatário final: o Direito à Informação	105
4.6. A Crise Europeia e a escolha por produtos e serviços verdes	109
 CONCLUSÃO	113
 REFERÊNCIAS	123
REFERÊNCIAS LEGISLATIVAS	128

1. INTRODUÇÃO

Desde a fundação do mundo, de acordo com a teologia criacionista, o ser humano, criatura advinda das mãos divinas, teve como seu lar, um ambiente completamente preparado para o seu bem-estar. Cercado de uma diversidade da fauna, de uma rica flora e de frutos em abundância, não havia sequer um vestígio de degradação, nem ambiental e nem moral. A expectativa de vida era longa e qualitativa. Viviam-se por muitos anos, com muito mais disposição e saúde. Não se pensava em reparação ou minimização de danos, afinal, não era necessário criar estratégias que motivassem o ser humano a cuidar da natureza, pois a tutela era realizada como uma atitude natural dos que ali compartilhavam do contexto. A natureza era valorizada pelo fato de ser o meio de subsistência, bem como por ser uma criação divina.

A teoria evolucionista também não afirma que o mundo evoluiria ao ponto de ser destruído por atos e intervenções humanas, mas que o mundo passaria por transformações biológicas, estando sempre em constante modificação concomitantemente com a seleção natural, através da transformação progressiva das espécies. Ocorre que essa teoria também sustenta que essa adaptação dos seres vivos ao meio ambiente tem certos limites, questão essa que deve servir de base para analisar a graduação atual da degradação ambiental e seus efeitos, que têm se mostrado muito mais rápidos e perceptíveis, ao contrário dessa adaptação. Isso é possível perceber, por exemplo, pelo elevado e crescente número de pessoas e até animais atingidos por doenças como o câncer.

Considera-se que este trabalho não tem por objetivo discutir as questões filosóficas ou religiosas de nenhuma vertente, nem doutrinar o mais despreocupado leitor. Mas, ao conjecturar e discorrer sobre como o comportamento humano e sua atuação no meio ambiente tem sido alterado ao longo do tempo, e entender o que pode estar ligado à sua origem e à sua história faz possível compreender que o ser humano precisa, e muito, contemplar o seu gênese, para provocar mudanças no agora, e para que possa garantir o seu futuro e das próximas gerações.

Os impactos negativos provocados no ambiente têm deixado marcas irreparáveis no planeta Terra. Desde a Idade Média se tem notícias de grandes agressões ambientais. Uma época em que a prática degradante alcançou grande auge foi a fase da Revolução Industrial,

em razão de ter se fortalecido um estilo de vida consumista, baseado no capital, quando foi desenvolvida uma economia baseada na agressão ao meio ambiente.

A partir do ano de 1950, a sociedade começou a demonstrar certa preocupação com o alto índice de degradação, afinal percebeu-se impactada com os efeitos daquela exploração crescente e sem controle dos recursos naturais, bem como se viu afetada com a escassez de recursos naturais indispensáveis. Por conta disso, no decorrer dos anos, surgiram os movimentos ambientalistas, os quais passaram a tomar frente da defesa do ambiente, contexto esse que desencadeou o surgimento de uma ideologia ecológica, a qual foi, aos poucos, alcançando o consciente popular, sendo, *a posteriori*, respaldada pelo florescimento e pela autonomia do Direito Ambiental, tendo esse desenvolvido uma política protetiva em relação ao ambiente, destinada à proteção da biodiversidade e à busca da qualidade dos ecossistemas.

Algumas estratégias foram adotadas pelos governos, a fim de promover uma parceria de sua atuação com uma mudança no comportamento social. Uma das medidas foi a propagação de uma consciência verde entre as pessoas, com o objetivo de instigá-los a atuarem de forma mais ativa dentro desse processo de promoção ecológica.

O Capítulo I desta dissertação discorre justamente sobre as políticas públicas que foram implementadas e/ou estão em processo de implementação na seara ambiental e, principalmente, apresenta questões teóricas relacionadas aos rótulos ecológicos, objeto de estudo principal deste trabalho.

Em um momento em que a crise social, econômica e ambiental tem abalado vários países, o Continente Europeu, não obstante ser considerado o mais rico do planeta, não tem passado imune a essas dificuldades, sofrendo com os altos índices de desemprego, conflitos políticos, grandes dívidas fiscais, imigração, dentre outros. Diante de tais fatos, a Europa tem desenvolvido estratégias para superar a crise e avançar economicamente.

Uma das estratégias escolhidas foi a implementação do Rótulo Ecológico Europeu que, apesar de não ter sido criado exatamente em razão da crise mais recente, apresenta favorável aplicabilidade no atual contexto, afinal tem como característica a promoção da sustentabilidade mesmo em tempos de crise, bem como aquece o mercado ao estimular a concorrência e a fabricação de uma maior variedade de produtos, o que será melhor explanado no decorrer deste trabalho.

Faz-se importante destacar que essa política ambiental tem relevante papel para evitar danos ao meio ambiente causados pela ideologia do consumo desenfreado e inconsciente, afinal desenvolve importante função de influência sob o padrão dos consumidores, ao tempo em que apresenta à sociedade a possibilidade de submeter os interesses pessoais à responsabilidade de proteger do ambiente.

O Capítulo II, por sua vez, explana amplamente os requisitos relacionados aos rótulos ecológicos, desde suas concepções mais básicas até questões relacionadas ao seu progresso nos âmbitos jurídico e legal.

O desenvolvimento sustentável é discutido no Capítulo III, no qual se fará possível compreender o caminho já percorrido e que ainda deve se buscar percorrer para o alcance do desenvolvimento da economia verde, no que concerne ao avanço de tais estratégias, à contribuição normativa para a sua incorporação nas relações econômicas e trabalhistas, assim como no que se refere às políticas europeias que delimitam e promovem tal princípio.

Por vezes, o desenvolvimento sustentável tem sido utilizado apenas como um discurso repetitivo a fim de fazer voz a uma “onda de conscientização verde” que tem ocorrido em lugares variados. No entanto, se proferida com responsabilidade, essa fala é capaz de influenciar pessoas, impulsionar projetos e servir como critério para a contratação pública.

Considerando que, em matéria de contratação pública sustentável, abordada no Capítulo IV, será possível verificar como, através da atuação do Estado na economia, o ambiente pode ser protegido e como o consumidor pode usufruir dessa vantagem.

São diversas as estratégias para as compras públicas e nesse contexto, o consumidor se encontra frente ao apelo verde que está sendo feito constantemente, convidando as pessoas a adotarem um estilo de vida responsável ecologicamente e que venham a alcançar a melhor convivência equilibrada com o meio ambiente.

1. POLÍTICAS PÚBLICAS E OS RÓTULOS ECOLÓGICOS

1.1. A “*ESPRAIADA*”¹ CRISE EUROPEIA

A crise política, econômica e humanitária na Europa não tem sido superada com muita rapidez. Embora seja urgente a necessidade de estabilizar a política fiscal, recuperar ganhos, aumentar os índices de emprego e restituir a tranquilidade e a segurança entre os países do bloco, o Brexit – saída da Inglaterra da Zona do Euro – e a crise migratória² têm dificultado a execução de soluções econômicas.

Por vezes mais amena, por outras, ainda contumaz, a crise atual tem evocado lembranças de momentos difíceis em que a Europa viveu no passado, como, por exemplo, a Crise de 1929³, cujas consequências se alastraram por todo o mundo, oportunizando altas taxas de desemprego, crise fiscal e instabilidade social, ou após as grandes guerras, quando muitas pessoas eram exterminadas e as cidades ficavam totalmente destruídas, se fazendo necessário começar tudo do caos.

Comumente, a história aponta que muito embora os problemas políticos, econômicos, sociais e de outra ordem possam existir, o empenho em conjunto será o meio mais eficaz para facejar qualquer conflito. Até mesmo porque, no caso em tela, o Continente Europeu, tem bastante expressão econômica, e, sendo o continente mais rico do mundo, a instabilidade que fere o bloco, consequentemente, também alcança e se *espraia* a países não europeus, mesmo

¹Termo em destaque é usado pela autora no sentido de aludir à extensão dos efeitos da crise a diversos países. Tal como o sentido do verbo: ‘espraia’, é: “Estender-se pela praia; invadir os terrenos marginais; dilatar-se.”(In Dicionário Priberam, Disponível em:<<https://dicionario.priberam.org/espraiada>> Acesso em 17 de fevereiro de 2020), em virtude de as consequências da crise terem se desenvolvido e afetado países não envolvidos diretamente nos problemas europeus.

²A crise migratória que ocorre hoje na Europa, e assistida por todo o mundo, é a maior crise migratória de refugiados desde a Segunda Guerra Mundial, em razão de conflitos étnicos, guerra, ou perseguição política.

³O período precedente à “crise de 29” foi marcado pelo crescente auge da produção industrial nos Estados Unidos. O aumento na geração de empregos coincidiu com o momento de grande desenvolvimento econômico da população e, portanto, do seu poder de consumo, com ênfase nos setores tecnológicos, eletrodoméstico e automobilístico. Era motivador viver em um país em grande crescimento econômico e de acordo com o “*American Way of Life*”. Em contrapartida, esse consumo não era baseado na sustentabilidade, contexto em que não era questionado o modo como as produções usavam a matéria prima. Não havia ainda análise de impacto ambiental. Com a percepção gradual dos efeitos desse descuido, essa preocupação passou a ter relevante proporção, na medida em que se passou a efetuar estudos de como suavizar essas consequências. O objeto deste trabalho, o Rótulo Ecológico, integra esse conjunto de análises.

ocorrendo em diferentes formas e intensidades, ela tem interferido nas interações políticas de ordem econômica e social, deixando suas marcas por onde passa.

À medida em que a instabilidade financeira ocorre, instituições de mercado de trabalho decrescem as ofertas de emprego, o poder de compra fica menor, há fuga de capital de investidores, e inevitavelmente medidas austeras, como contenção de gastos, congelamento ou redução de salários e aposentadorias, flexibilização do mercado de trabalho, dentre outras, precisam ser impostas com o objetivo de superar o período de crise, e criar melhor condição de vida entre os povos, se utilizando da paz e da garantia dos Direitos Humanos⁴ para reerguer as nações e a economia.

Diante de tudo por aqui exposto, talvez haja alguma dúvida sobre a necessidade de se iniciar este trabalho, o qual discorrerá de modo essencial sobre os Rótulos Verdes na Europa, tratando da crise europeia e o seu transcurso. No entanto, a contextualização dos fatos se faz de grande importância para o entendimento e aplicabilidade do assunto, uma vez que o modo de vida populacional, os hábitos, as necessidades individuais e coletivas, o poder aquisitivo e o comportamento consumista implicarão diretamente no modo de pensar do indivíduo, influenciando-o na escolha de um produto ou na autoidentificação com o mesmo.

Em época de coalisão, as políticas ambientais continuam a ser fortalecidas? É seguida a sua agenda ou o que vale é a recuperação financeira sem avaliar os danos e os riscos ambientais? As pessoas dão prioridade aos produtos “amigos do ambiente”⁵ ou o avanço que foi obtido, no que tange à conscientização das pessoas na escolha de produtos saudáveis e menos poluidores, são questionáveis nesse tempo?

As características da crise econômica e sua relação com as funções exercidas pelo mercado não podem ser os únicos parâmetros a serem analisados. Apesar de atingirem dimensões sociais relevantes e servirem de ponto para uma reanálise da lógica capitalista, a minimização do raciocínio verde e a defesa aos direitos ambientais já conquistados seria um retrocesso.

⁴ A Organização das Nações Unidas, redigiu no ano de 1948 a Declaração Universal de Direitos Humanos, qual delineia os direitos básicos do ser humano. Posteriormente, essa Declaração influenciou tratados importantes que tiveram força legal, sendo eles: o Pacto Internacional dos Direitos Civis e Políticos (PIDCP) e o Pacto Internacional sobre os Direitos Econômicos, Sociais e Culturais (PIDESC). Declaração Universal de Direitos Humanos disponível em: <<http://www.un.org/en/universal-declaration-human-rights/>> Acesso em: 13 de março de 2016.

⁵ Também conhecido como “*Eco-friendly*”. São aqueles produtos não agressivos ao meio ambiente. Será abordado este item no decorrer do trabalho.

Abordar assuntos, tais quais a Sustentabilidade e os Rótulos Ecológicos, assim como será exposto, atendem aos interesses e necessidades atuais dos cidadãos, pois prepara o mercado para uma distribuição mais democrática de serviços e produtos ao maior número de pessoas possível, através de escolhas que não destruam o ecossistema e que possam dar melhores condições de vida às pessoas, e consequentemente socorrer aos países em crise, à medida em que critérios mais equilibrados são atendidos.

1.2. DAS POLÍTICAS PÚBLICAS AMBIENTAIS

A Política Pública, desde que se tem conhecimento, era inicialmente investigada por estudiosos de áreas não jurídicas, tais como, cientistas políticos, economistas e administradores.⁶ Passando a ser conhecida pelos cientistas do direito posteriormente, os quais desenvolveram pesquisas nas áreas ligadas ao direito constitucional, da teoria geral do direito, direito econômico e administrativo.

Porém, não é consensual entre os doutrinadores, o entendimento sobre políticas públicas, talvez pelo fato de os doutrinadores não serem, em geral, oriundos de uma vertente jurídica, reforçando assim um caráter multidisciplinar incorporado na própria expressão.

Política Pública é o programa de ação governamental que resulta de um processo ou conjunto de processos juridicamente regulados – processo eleitoral, processo de planejamento, processo de governo, processo orçamentário, processo legislativo, processo administrativo, processo judicial – visando coordenar os meios à disposição do Estado e as atividades privadas para a realização de objetivos socialmente relevantes.⁷

A estratégia de governo quando bem desenvolvida, traz benefícios consideráveis para toda a sociedade, sem, portanto, comprometer direitos adquiridos. O objetivo é que a política pública desenvolvida possa promover avanços no bem estar social e criar oportunidades de crescimento político e econômico. Se a política pública não alcança tal patamar, descaracteriza a função que a administração pública assume de resguardar o interesse do povo.

⁶ FORTINI; ESTEVES, 2008, p. 227.

⁷ BUCCI, 2002, p.38-39.

As políticas públicas podem ser conceituadas, portanto, como instrumentos de execução de programas políticos baseados na intervenção estatal na sociedade com a finalidade de assegurar igualdade de oportunidade aos cidadãos, tendo por escopo assegurar as condições materiais de uma existência digna a todos os cidadãos.⁸

Embora nas citações apontadas acima todas apresentem um enfoque predominantemente jurídico, a política pública pode conter características sociológicas e de gestão, além de também poder fazer alusão ao termo “política” como uma ação do homem que tem por objetivo exercer determinada influência ou poder sobre o outro.

No geral, a política pública reside na soma de atividades, estudos, ações e planejamento, desenvolvidas pelos governos de forma direta ou por delegação, com a participação dos Estados ou de agentes privados, como por exemplo: ONGs, grupos empresariais, comunidades ou entidades internacionais e outros, a fim de atingir os resultados almejados em prol da sociedade. Esse conceito pode ser corroborado com o pensamento que descreve a política pública como:

Public Policy is whatever governments choose to do or not to do. Governments do many things. They regulate conflict within society; they organize society to carry on conflicts with other societies; they distribute a great variety of symbolic rewards and material services to members of the society; and they extract Money from the society, most often in form of taxes. Thus public policies may regulate behaviour, organize bureaucracies, distribute benefits, or extract taxes – or all this thing at once.⁹

No contexto do direito ambiental, as políticas públicas ambientais procuram minimizar os impactos negativos da ação do homem sobre a ambiência, promovendo assim a proteção do ecossistema e a preservação específica da realidade cotidiana.

É de conhecimento mundial que o planeta Terra tem sido atingido em larga escala com grandes desmatamentos, aquecimento global, extinção de espécies, contaminação das águas, emissão excessiva de gás carbônico, e outros efeitos nocivos provocados pelo homem. Cada

⁸ APPIO, 2005, p.143-144.

⁹ “A política pública é o que os governos escolhem fazer ou não fazer. Os governos fazem muitas coisas. Regulam o conflito dentro da sociedade; eles organizam a sociedade para continuar os conflitos com outras sociedades; eles distribuem uma grande variedade de recompensas simbólicas e serviços materiais aos membros da sociedade; e eles extraem dinheiro da sociedade, na maioria das vezes em forma de impostos. Assim, as políticas públicas podem regular comportamentos, organizar burocracias, distribuir benefícios, ou extrair impostos - ou tudo isso de uma só vez” (DYE, 2008, p.1, tradução nossa).

vez mais se torna inseguro praticar atos simples, escolher o que vai à mesa parece ser algo tão simples, mas traz uma responsabilidade diferente quando a escolha de bens e serviços devem não causar impactos negativos ao meio ambiente.

Por isso, as políticas públicas exercem importante relevância quando se é pensado em colocar em prática algum projeto ou plano que vise modificar drasticamente a vida do consumidor. Pois, além de promover a proteção do meio ambiente, implementará a melhor forma de envolver o consumidor e cidadão na transformação de uma nova organização pessoal e social, contribuindo para o bom sucesso do projeto.

Em todo o mundo, a velha oposição simplista entre os conceitos de desenvolvimento para os pobres e preservação para os ricos tem-se transformado em um debate em diversos níveis acerca da possibilidade real de desenvolvimento sustentado para cada país, cidade ou região. Sem sombra de dúvidas, a maioria de nossos problemas ambientais mais elementares ainda persiste, uma vez que seu tratamento requer uma transformação nos meios de produção e de consumo, bem como de nossa organização social e de nossas vidas pessoais. O aquecimento global paira como uma ameaça mortal, as florestas tropicais ainda ardem em chamas.¹⁰

Corroborando esse pensamento, não é difícil perceber que essa mudança comportamental requer tempo. Pensar verde, principalmente em tempos de crise, tem sido um desafio, pois a relação com os produtos e serviços amigos do ambiente deve ser um critério de escolha natural, razoável e desprendido. Um consumidor pode se importar muito com o meio ambiente, mas continuar escolhendo os produtos regulares. Não experimenta a mudança e nesses casos a promoção de políticas públicas se faz necessária, visto vez que serão traçados caminhos a percorrer que possam facilitar o acesso ao produto, melhorar a qualidade e dispor de um preço de mercado.

A priori, considerava-se a natureza importante, por ser ela uma obra-prima criada e pensada por Deus.¹¹ A sociedade, com o passar dos anos e toda a sua evolução, fez o homem valorizar e observar a relação que os componentes naturais estabeleciam entre si, naquele vasto ecossistema, e como era a relação do mesmo com a natureza. E o que antes era apenas uma interligação entre ambientes diferentes, passou a ser uma agressão. A degradação ambiental se tornou cada vez maior, através da utilização de agrotóxicos, contaminação das

¹⁰ CASTELLS, 1999, p.141-142.

¹¹ Segundo o entendimento das religiões abraâmicas.

águas, pesca predatória, desmatamento, queimadas, destruição da flora e da fauna, dentre outros.

Diante desse mais recente contexto, faz-se necessário desenvolver políticas públicas para recuperação do dano e minimização de outras agressões que possam vir a ser cometidas. Essa estratégia é tão importante, que a ausência de elaboração e implementação de ações direcionadas à proteção do meio ambiente geram incontáveis prejuízos ambientais, das mais simples às mais prejudiciais, desde o momento em que os esgotos não recebem o devido tratamento ou os resíduos não têm destinação correta, até impactos causados pelo uso de uma arma nuclear, como por exemplo.

O artigo 25 da Declaração Universal de Direitos Humanos, dentre suas várias garantias, defende que: “cada pessoa tem o direito a viver num ambiente próprio para assegurar a sua saúde e o seu bem-estar.” De modo não discriminatório, o conceito de promoção de saúde é difundido e amplamente reforçado, devendo ser estendido a todos e não podendo ser comparado à um ato de caridade, mas sim, um direito de todo homem.

Na França, o direito que todos têm a usufruírem de um ambiente saudável está expressamente consagrado. A Lei 95-101 de 2 de fevereiro de 1995 disciplinou este direito, na Seção L.200-2 do Código Rural, que se tornou a Seção L. 110-2 do Código do Meio Ambiente. Este direito, então, adquiriu, uma formulação diferente, um valor constitucional através da Carta do Meio Ambiente, aprovada em 24 de junho de 2004 e apoiada pela Constituição pela Lei nº 2005-205 de 1º de março de 2005. O artigo 1º diz que: “Todos têm o direito de viver em um ambiente equilibrado e respeitador da saúde”. Essa declaração traz consigo um fator de responsabilidade para todos os que estão inseridos no meio ambiente. É um reconhecimento do direito a um direito saudável ou direito de viver.

O direito de viver num ambiente equilibrado e respeitador da saúde renova os mecanismos de responsabilidade. Com efeito, está na origem da criação de novos casos de responsabilidade. Por outro lado, impendem sobre o Estado e ou sobre as pessoas provadas novas obrigações, como consequência do direito de viver num ambiente equilibrado e respeitador da saúde. As suas violações são fonte de responsabilidade e constituem assim novos factos geradores (A). Por outro lado, é admitida a reparação de um novo prejuízo, que aparece como um ataque ao direito de viver num ambiente equilibrado e respeitador da saúde (B). Com efeito, o prejuízo ecológico puro é reconhecido pela responsabilidade ambiental, novo instrumento jurídico, que pode interagir com as responsabilidades civil e administrativa.¹²

¹² BARY, 2012, p. 279.

Nesse sentido, o acesso à um ambiente equilibrado e saudável é um direito inegociável, sendo todos obrigados a respeitá-lo. Esse múnus em matéria ambiental não é imposto apenas aos Estados, mas recai também sobre as pessoas privadas, uma vez que essas partes apresentam o dever de tutela. Em relação à obrigação de vigilância ambiental imposta na França, o autor esclarece que: “[...] constitui uma obrigação de prudência e de precaução, e implica uma vigília das consequências da sua atividade sobre o ambiente. Tem por objetivo evitar a concretização de potenciais riscos de atentado ambiental.”¹³

Como pode ser notado, este direito, implica em responsabilidades, sem distinção de pessoa, com o foco principal na prevenção ou reparação dos danos, caso a agressão tenha ocorrido. Esse é um progresso para a legislação do ambiente. No entanto, a lacuna quanto a responsabilidade por danos ambientais na legislação portuguesa, diz que:

A questão da responsabilidade por danos ecológicos está mal resolvida pela nossa legislação, em virtude da confusão reinante quanto ao conceito de ambiente e ao desnorte da Lei 83/95, de 31 de Agosto, que assimila interesses de facto (que se projectam processualmente em interesses difusos e que são defensáveis apenas com base na utilização de legitimidade popular) e interesses individuais homogêneos (que são direitos subjectivos multiplicados pelas vítimas de uma mesma ou pela via da representação em sentido amplo – sem mandato – prevista no artigo 15º da Lei 83/95).¹⁴

A Diretiva Europeia 2004/35/CE, de 21 de abril de 2004, sobre a responsabilidade por danos ambientais, incube ao Estado e toda a sociedade a obrigação de zelar pelo meio ambiente e protegê-lo para a atual geração e para as próximas que virão. Dessa forma, verifica-se que se trata de uma obrigação coletiva e, também, do poder público, o qual atua para o alcance desse objetivo, mediante sua intervenção nas atividades econômicas, cumprindo o seu papel de mediador entre as necessidades individuais e coletivas e estabelecendo regras a serem observadas pela sociedade, das mais variadas formas. Essa atuação do Estado dá-se, por exemplo, através de políticas públicas, incluindo-se, neste rol, os rótulos ecológicos.

¹³ Ibidem, p. 279

¹⁴ GOMES, 2005, p.55.

As políticas públicas, em geral, devem sempre incentivar soluções mais palpáveis para os problemas ambientais, importando fixar o olhar no futuro para alcançar resultados duradouros.

1.2.1. INSTRUMENTOS DA POLÍTICA PÚBLICA AMBIENTAL

A população mundial tem crescido exacerbadamente nos últimos anos e, progressivamente, problemas ambientais também têm sido provocados, criando um momento de tensão ambiental complexa, em virtude da má gestão dos recursos naturais, consumo em larga escala de produtos industrializados, que participam de um processo produtivo poluidor do ambiente, dentro uma globalização em que é questionável se para o mundo ambiental há esperança de continuarmos a ver o verde nas nossas matas ou se esses problemas nos condenam a um amanhã negro.

A União Europeia, objetivando atuar sobre essas questões, dispõe de mecanismos para a promoção da política pública ambiental.

Os valores éticos-jurídicos da defesa do ambiente não esgotam todos os princípios e valores do ordenamento jurídico, pelo que a realização do Estado de Direito Ambiental vai obrigar à conciliação dos direitos fundamentais em matéria de ambiente com as demais posições jurídicas subjectivas constitucionalmente fundadas, quer se trate de direitos fundamentais da segunda geração, como os direitos económicos e sociais (o que, entre outras coisas, tem também como consequência que a preservação da natureza não significa pôr em causa o desenvolvimento económico ou, ironizando, não implica o “retorno à Idade da Pedra”).¹⁵

Em um panorama amplo, busca-se a solução dos conflitos pela preservação do ambiente não com um modelo predominantemente subjetivo, como o Professor continua a dispor em sua obra, mas também acompanhada da tutela objetiva dos bens ecológicos.

A União Europeia tem procurado salvaguardar o meio ambiente através de políticas públicas produtivas na arena política da União¹⁶. É parte signatária de diversos acordos

¹⁵ SILVA, 2005, p.28.

¹⁶ Programa da Europa para políticas ambientais até 2020.

ambientais e atua em favor diversas questões, sejam elas referentes às alterações climáticas, poluição das águas, poluição nas áreas transfronteiriças, proteção da fauna e da flora, como também negocia internacionalmente questões ligadas ao ambiente.

A Agência Europeia do Ambiente desempenha um trabalho na Europa a fim de que, entre 2015 a 2020 as políticas públicas europeias possam enfrentar com êxito os muitos desafios ambientais que ainda surgirão. No entanto, a preocupação com as agressões ambientais continua a ser o foco da agência, uma vez que as agressões ainda persistem.

Uma das políticas ambientais europeias de destaque e que muito interessa a este trabalho é a voltada para o Rótulo Ecológico. Uma vez que, ao promover os selos verdes como um meio protetivo, que previne impactos ambientais, estabelecendo critérios que deverão ser atendidos pelos fabricantes, e informando o consumidor sobre o produto a ser comprado, desde a sua produção inicial até a final, incentiva o mercado ecológico, e traz segurança para o adquirente.

A rotulagem ambiental é um instrumento que objetiva oferecer informações aos consumidores para a distinção dos diferentes produtos existentes no mercado, quanto ao impacto que estes causam ao meio ambiente. Ela é uma ferramenta utilizada que pode contribuir para a implementação de política públicas em prol do desenvolvimento de novos padrões de consumo que envolvem condições ambientalmente mais saudáveis e ainda, contribuem para a evolução da produção industrial.¹⁷

Nesse contexto, as estratégias desempenhadas no tocante a gestão ambiental, ajudam as empresas a contruírem uma imagem positiva para as corporações, uma vez que, elas passam a utilizar processos dinâmicos, que respeitam os critérios ambientais, reduzindo gastos, e ainda assim se destacando no quesito “competividade”.¹⁸ O que antes não era usual, passou a ser inovador. As estratégias ecológicas têm se apresentado como excelentes alternativas de competição e estímulo no mercado econômico.

¹⁷ SODRÉ apud PREUSSLER et al., 2007, n. p.

¹⁸ MOURA, 2000, p. 448.

Em relação aos clientes, estes têm aceitado positivamente a “nova” estratégia, onde é possível “interagir com organizações éticas, com boa imagem institucional de mercado, e que atuem de forma ecologicamente responsável.”¹⁹

Ao promover inovações ambientais que reforçam e solidificam os selos verdes como uma alternativa viável e preferível, a EU ingressa em um mercado competitivo e que traz benefícios econômicos e sociais. Assim, é possível defender a possibilidade da proteção ambiental simultânea à competitividade da UE no mercado mundial, com foco em uma produção e um consumo mais consciente, sem olvidar que a política ambiental desempenha forte papel na criação de postos de trabalho, no incentivo ao investimento, bem como é um fator importante para salvaguardar a qualidade de vida e nível social da comunidade europeia.

No contexto mundial, a União Européia apresenta uma das legislações ambientais mais rígidas da atualidade, cooperando assim para que sua economia seja uma das mais coniventes com a proteção do meio ambiente. A introdução dessa ideologia influenciou a mudanças de comportamentos no mercado, afinal foi responsável por reforçar a competitividade da Europa, o que serviu, portanto, como um parâmetro de conduta.

Ocorre que, em contrapartida, também surgiram muitas produções a que, enganosamente, atribuíram-se como aderidas à causa ambiental, mas que, em verdade, mascararam, omitem a verdade sobre o produto, com o fim de confundir o consumidor.

O mercado verde torna-se cada vez mais solidificado devido a crescente busca por produtos que não agredam o meio ambiente. Porém, surge em paralelo a esse crescimento, muitas atribuições ecológicas que são duvidosas e enganosas, acabando por mascarar a verdade sobre o produto e a confundir o consumidor. Verifica-se então, um considerável aumento de produtos portando em suas embalagens alegações como “Biodegradável”, “Ecologicamente Correto”, entre outras, sem aparente verificação e validação quanto aos critérios que normatizam tais atributos.²⁰

Nesse contexto, levando em consideração que algumas empresas poderiam não estar sendo honestas quando emitiam suas declarações, o mercado sentiu a necessidade de que fosse assegurada a veracidade das informações declaradas nas embalagens, trazendo clareza,

¹⁹ TACHIZAWA, 2006, p. 427.

²⁰ KOHLRAUSCH, 2003, p.153.

imparcialidade e credibilidade na certificação ambiental, e o Estado é um interessado direto neste processo.

As compras públicas sustentáveis encontram-se no âmbito de estratégias para a disseminação da utilização da rotulagem ambiental, afinal, servem como instrumento dos governos para atingir a inovação e uma melhoria das tecnologias aplicadas, além de servir de incentivo para produções e consumos mais sustentáveis, tanto no âmbito público quanto no privado. O rótulo ecológico, por exemplo, demonstraria que determinado produto ou serviço atenderia aos critérios estabelecidos por licitações de compras públicas.

Quando o governo incentiva os programas de rotulagem ele contribui também para que o programa tenha maior visibilidade, aceitação do público e legitimidade para entrar no mercado como um programa idôneo. Assim, o foco das decisões relacionadas aos cuidados para com o meio ambiente, deslocou-se, em significativa parcela, para o Estado, isso em razão da urgência de prestação de serviços públicos ao povo, o que foi manifestado com a maior intervenção do governo na regulamentação da economia.

Outro exemplo de política pública nesse ramo, é a implementação de um sistema que possa identificar os produtos verdes, destacando-os daqueles que mais agredem o ambiente, ao receber uma etiqueta diferente que retrataria tais características ligadas ao produto. Esse selo, que pode ser utilizado tanto em bens, como em serviços, almeja funcionar como uma estratégia pública de incentivo e desenvolvimento do mercado ecológico.

Nesse tocante, o rótulo ecológico já havia sendo desenvolvido na comunidade europeia como um importante instrumento de sensibilização ambiental. Ele traz identidade ao produto, estabelece uma conexão com o consumidor, através de sua roupagem mais amiga do ambiente, mais saudável e algumas vezes mais atraente ao bolso do consumidor também.

Vê-se, por isso, que é indissociável a caracterização da rotulagem ecológica como um relevante instrumento para a transformação dos modelos de consumo. Tanto porque exercem a função de orientar o consumidor na escolha de produtos que não causem impactos negativos ao ambiente, como porque também incentivam os produtores a mudarem a forma como produzem o produto.

1.2.2. A MODERNA VERTENTE DO *ADVOCACY COALITION FRAMEWORK*

O *Advocacy Coalition Framework* (ACF), que em sua tradução para o português chamamos de “Modelo de Coalizões de Advocacia” é um novo conceito que pretende compreender a maneira como se dá a criação de políticas públicas, em que há a participação de agentes não-governamentais na discussão e mediação na tomada de decisões sobre questões do coletivo, descentralizando o processo político que tradicionalmente é realizado pela administração estatal.

Na perspectiva do ACF, que pertence a um grupo de “*policy networks*”²¹, o meio mais fácil em que se poderá analisar e compreender de modo mais didático as formulações ou alterações nas políticas públicas é o que pode ser chamado de subsistema. Esse, por sua vez, é composto por um grupo de agentes, podendo ser únicos ou coletivos, de natureza público ou privada, ou organizações públicas ou privadas, que apresentam o interesse em atuar em determinada área de políticas públicas, e que procuram criar novas estratégias, e dinamizar as decisões nesse campo.

Dentro desse subsistema, existem as coalizões de advocacia, ou coalizões de defesa, compreendidas como caracteres essenciais ao subsistema, pois esse tipo de aliança une os integrantes pelo compartilhamento de conceitos e ideias direcionadas ao campo de políticas públicas de mesmo interesse, o que pode ser chamado de convicções, ou em inglês, “*belief systems*”. Nesse sentido, esse grupo de atores trabalha em conjunto e as suas convicções, no sentido de simplificar, selecionam e filtram informações, para então tomar uma decisão sobre a matéria discutida por eles.

Como em qualquer outro sistema, as diferentes convicções do grupo são propensas a tornar o processo de resolução e alteração nas políticas públicas mais difíceis. O processo de mediação de conflitos entre coalizões geralmente é árduo e complicado, principalmente,

²¹ Antagonicamente ao conceito de Administração Pública Antiga, a “*policy network*” ou rede política se expressa por uma rede de governos principais, agências públicas, empresas privadas, organizações sem fins lucrativos, grupos de reflexão e cidadãos, em que o Governo exerce o poder através da governança de uma forma que incentive valores compartilhados e escolhas justas através da facilitação e alocação adequada de recursos. Neste processo todos os participantes desenvolvem papéis organizacionais de modo específico a fim do interesse comum. Como exemplo, seriam as associações, onde os interesses são comuns, mas as causas determinantes de cada indivíduo podem ser distintas. Nesse contexto, o “*Advocacy Coalition Framework*” defenderia que se faz necessário também analisar tanto os interesses comuns quanto esses indivíduos/grupos e suas coalisões para assim compreender esses fenômenos sociais e políticos.

porque os integrantes que estão discutindo sobre o mesmo assunto, não necessariamente, apresentam as mesmas opiniões sobre determinado assunto, a compreensão de mundo é mutável e dependerá da perspectiva de cada um. Os níveis de atrito dependerão do grau de incompatibilidade das crenças ou convicções existentes no grupo.

Ressalte-se que os protótipos de análise de políticas públicas, sobretudo o *Advocacy*, também são analisados e questionados, afinal, também tem como fim a intermediação dos interesses colidentes, que sofrem diversas influências de modelos tradicionais, como o corporativismo, o marxismo, entre outros.

As abordagens de políticas públicas tradicionais não têm como característica principal recorrer a organizações não governamentais para que interfiram e influenciem no processo de desenvolvimento de diretrizes para resolução de conflitos. O *Advocacy Coalition Framework* traz uma base pluralista, na qual a participação de ONGs, instituições, grupos de interessados e associações possam contribuir sobre questões de interesse do elenco.

Foi nos Estados Unidos da América, a partir de vários estudos de caso, que a ACF se desenvolveu inicialmente, com especial ênfase na política pública do ambiente. Novos estudiosos passaram a analisar e estudar esse modelo em outras áreas. Por exemplo, a discussão de estruturas de oportunidades de coalizão de longo prazo resultou de aplicações a países europeus com sistemas eleitorais proporcionais e/ou menos locais para prosseguir a mudança de política. O ACF continua a ser um dos quadros de políticas mais ambiciosos²² que tenta fornecer uma visão geral de todo o processo político.

Nos casos em que se trata de selos verdes, incentivar grupos locais, ONGs, associações, para que se unam com o objetivo de defender seus próprios interesses, tal como quais são os benefícios práticos de prestar informações adequadas e corretas ao consumidor, ou optar por produtos que não causem impacto negativo ao meio ambiente ou como encontrar um produto que retrate a melhor maneira de uma empresa comunicar as suas práticas socioambientais ao mercado, permite que a sociedade possivelmente faça melhores escolhas, porque compreendem o que os rótulos dizem e sabem identificar o que estão vendendo e comprando.

²² Diz-se ambicioso, uma vez que esse modelo de abordagem é caracterizado por análise do caso, e a possibilidade de gerar novas e originais pesquisas de acordo com a prática, sendo também utilizado em diversos lugares da Europa, Ásia, África e América do Sul.

Lembra-se que a participação de diversos agentes interessados enriquece o resultado da ação, uma vez que toma por base múltiplas variáveis. Na prática, como o *Advocacy Coalition Framework* pode ser útil à política ambiental referente aos selos verdes? Em uma escala mais ampla, ele ser um propulsor das escolhas saudáveis ao tornar dinâmico o processo de troca de informações e distribuição de produtos. Desenvolvendo o consciente verde do coletivo, em pessoas de diferentes culturas, diferentes interesses, mas ao mesmo tempo, pois a política pública, nesse caso, estará sendo trabalhada em diferentes locais, através de vários grupos, agentes, equipes e pessoas que se relacionem a fim de gerar resultados positivos, e no caso, ecológico.

As alterações políticas também passam por processos graduais de constante aprendizado, afinal deve-se ter como parâmetro maior a análise dos subsistemas políticos – que alcancem representantes do governo de variados níveis, agente das empresas e da sociedade civil – em comparação às repartições especiais de um governo. Por exemplo, sugere-se que seja analisado o *modus operandi* dos representantes, no que se refere ao seu comportamento frente ao rótulo verde ao invés de observar o que diz ou faz um presidente ou um governo.

Essas tentativas de polir os processos políticos, no geral, não são concretizadas aleatoriamente, mas em um contexto histórico e institucional, como vislumbrado através da análise do desenvolvimento das diretrizes ambientais na comunidade europeia.

1.3. CONSIDERAÇÕES SOBRE A SEGURANÇA AMBIENTAL E ALIMENTAR

Anos atrás, o ambiente não era compreendido da mesma maneira que agora. A preocupação com a natureza não era algo visivelmente necessário. A abundância dos recursos naturais trazia uma falsa segurança da existência de uma fonte de riqueza inesgotável e a sociedade caminhava rumo à destruição total, com os olhos vendados. Assim seguia o homem, poluindo, matando espécies ao ponto de elas serem extintas, desmatando, poluindo o ar e o solo, destruindo a flora e a fauna. Essas ações descontroladas, cometidas desde tempos remotos, se perpetuam até os dias de hoje, uma vez que a agressão cometida muitas vezes não pode ser recuperada.

Com o passar do tempo, os resultados dessas ações mostraram ao homem que era necessária uma mudança ou em poucos anos o mundo estaria sujeito a maiores privações, tal

como escassez de água, má qualidade de vida nas cidades devido à poluição do ar, contaminação alimentar, crescimento do buraco na camada de ozônio, dentre outros exemplos. Essa conscientização social tornou mais concreta a responsabilidade social, termo utilizado para designar o fato de que todos têm papéis de responsabilidade perante a sociedade, tanto o Estado quanto a sociedade civil e a iniciativa privada. Como resultado deste novo movimento, tem-se o surgimento do terceiro setor, que é formado por ONGs, associações, fundações e outras entidades civis.

Da mesma forma com a qual a excitação com a degradação ambiental vinha acontecendo, iniciou-se a vertente que pensa na relação do homem com o ser humano de forma direta, gerando insatisfação também. Com as terríveis agressões ambientais, a vida do ser humano era posta em insegurança, e a proteção à vida humana era discutida, uma vez que deve ser estendido e assegurado a todos a garantia de usufruir de um ambiente seguro e saudável, pois essa é uma garantia fundamental.

A Conferência de Estocolmo²³, em 16 de junho de 1972, a I Conferência Mundial sobre Meio Ambiente, teve por objetivo criar um plano de ação que inspirasse princípios comuns de proteção ao ambiente, até então não questionados, vinculando a proteção de direitos relacionados com a vida humana e seu desenvolvimento, assegurou, logo em seu exórdio que “[...] Os dois aspectos do meio ambiente humano, o natural e o artificial, são essenciais para o bem-estar do homem e para o gozo dos direitos humanos fundamentais, inclusive o direito à vida mesma.”²⁴

O Code de L'environnement (em português, O Código do Meio Ambiente Francês), em seu artigo 1º traz uma excelente tradução do que é ambiente: “[...] os espaços, recursos e meios naturais, os sítios e paisagens, a qualidade do ar, as espécies animais e vegetais, a diversidade e os equilíbrios biológicos em que eles participam.”²⁵

Não apenas na França, mas o conceito de ambiente na Europa, como um todo, traz a compreensão de acesso saudável e estável no tocante à qualidade de vida para todos,

²³ Declaração de Estocolmo sobre o Ambiente Humano, adotada de 5 a 16 de junho de 1972.

²⁴ ESTOCOLMO, 1998, p. 7.

²⁵ FRANÇA, 2004, p.1.

independentemente de quem seja. Um ambiente equilibrado ecologicamente, em que o seu não cumprimento, em matéria ambiental, pode responsabilizar tanto os poderes públicos, como as pessoas privadas, que também são obrigadas a vigiar o seu espaço correspondente.

Oportunamente, ao levantar a problemática da segurança ambiental, faz-se conveniente questionar também a segurança alimentar. Não que as tomadas de decisões, no tocante a ambas, sejam idênticas, mas as duas vertentes estabelecem contato direto entre o meio ambiente e a dignidade da pessoa humana. O direito ao alimento tanto se faz necessário à defesa do ambiente, quanto para o estímulo ao desenvolvimento de melhores condições de vida humana. O acesso ao alimento é questão de saúde e vida.

Quanto a isso é passível o entendimento que: “O alimento é o combustível capaz de produzir a energia indispensável à vida humana.”²⁶

É um conceito primário e de fácil compreensão o de que todos os seres humanos necessitam de alimentos básicos para se manterem vivos. E mais do que ingerir alimentos, estes alimentos precisam conter nutrientes que os fortaleçam e mantenham a máquina humana funcionando bem. Nesse contexto, a segurança alimentar e nutricional tem crescido e se desenvolvido a fim de propagar o cuidado com a qualidade da comida e sua relação com as demais áreas da vida humana. O homem é um ser relacional e por isso sofre interferências de variados elementos diversos, tais como: a cultura, a crença, os hábitos, as características próprias e individuais que possam ter sido adquiridas, dentre muitas outras, todas elas, refletem no modo como ele irá ingerir e manusear o alimento.

O conceito de segurança alimentar adveio após o período da Primeira Guerra Mundial, quando os países estavam devastados pela guerra, o fornecimento de alimentos era uma estratégia usada para controlar os países que não tinham condições de produzir suficientemente seus alimentos. Daí então, a ideia de que ao se formar um estoque de alimentos, fomentaria o possível controle sobre um Estado em desvantagem.

Esse conceito perdurou até a década de 70, depois disso, houve a recuperação da produção de alimentos no mundo e o conceito de segurança alimentar não mais estava ligada apenas à produção, mais também ao acesso ao alimento. Importava que as pessoas pudessem obter os alimentos de forma ampla e que esses suprissem suas necessidades nutricionais.

²⁶ LATHAM, 1997, p. 85-86.

Posteriormente, o tema volta à pauta sendo tratado de forma mais global pela Organização das Nações Unidas para a Agricultura e Alimentação (conhecida pela sigla em inglês FAO – *Food and Agriculture Organization*). Foi então definido pela FAO em 1996, na Cúpula Mundial da Alimentação: “A segurança alimentar existe quando toda pessoa, em todo momento, tem acesso físico e econômico a alimentos suficientes, inócuos e nutritivos para satisfazer suas necessidades alimentares e preferências quanto aos alimentos, a fim de levar uma vida saudável e ativa”.

Para entendimento do tema aqui exposto, apresento uma conceituação fundamental de segurança alimentar e nutricional:

Segurança alimentar e nutricional consiste em garantir a todos, condições de acesso a alimentos básicos, seguros e de qualidade, em quantidade suficiente, de modo permanente e sem comprometer o acesso a outras necessidades essenciais, com base em práticas alimentares saudáveis, contribuindo assim para uma existência digna em um contexto de desenvolvimento integral da pessoa humana.²⁷

A Segurança Alimentar enfrenta questões de insuficiência alimentar (a fome) e os problemas provenientes de hábitos alimentares inapropriados (que geram doenças como taxas altas de colesterol, obesidade e outros). Sem contar que a qualidade dos alimentos e o valor nutricional que cada um apresenta são de vital importância para essa matéria, uma vez que influenciará diretamente na qualidade de vida daquele que consumirá o alimento, se fazendo então necessário conhecer os meios de produção, plantação e fabricação de cada produto, para então assegurar que os mesmos estão de acordo com o padrão europeu.

A partir dos anos 80 crescem as preocupações com os efeitos da nutrição a saúde e em 1990 foi aprovado no Congresso o Nutritional Labeling and Education Act, nos termos do qual se impõem regras de etiquetagem sobre as qualidades nutricionais.²⁸

Cada vez mais foi necessário exercer poderes de fiscalização, de inspeção e de controle sobre os alimentos para evitar que alimentos contaminados e adulterados fossem comercializados, colocando em perigo à vida de quem o adquirisse. Partindo da premissa que, alimentar-se é fundamental para a manutenção da vida humana, e isto é um direito, assim como, também é uma atividade cultural, não se pratica o consumo de determinados alimentos,

²⁷ VALENTE, 2002, p.48.

²⁸ ESTORNINHO, 2013, p.19.

unicamente porque o corpo precisa ingerir calorias que o mantenham ativo. O ato de alimentar-se é visto sob uma perspectiva muito mais ampla, por envolver não apenas a nutrição em si, mas também envolver questões sociais e culturais. Desde a escolha do alimento ao modo como ele é preparado, muito se pode compreender.

Rotular esses produtos tornou-se indiscutível, pois possibilita que o consumidor tenha acesso às importantes informações que facilitam a sua escolha quanto ao que ele deseja ou precisa consumir, além de prezar pela saúde humana e ambiental. A rotulagem ambiental, será exaustivamente comentada no próximo capítulo deste trabalho.

Só a partir do século XVIII e, sobretudo, do século XIX se passa verdadeiramente a regular do ponto de vista do poder público o processo de produção e distribuição de alimentos, impondo-se certos parâmetros quanto à composição de determinados alimentos. Tal ficou a dever-se à evolução da ciência, nomeadamente da Química, passando a ser possível realizar controlos mais rigorosos sobre a inocuidade dos alimentos.²⁹

Esse controle e fiscalização sobre o alimento, tanto em sua produção como em sua comercialização, não é obsoleto. Ainda nos dias atuais, faz-se necessário exercer o policiamento para evitar ou minimizar os fatores de risco para o consumidor. Como visto acima, a etiquetagem é um mecanismo para esse controle, uma vez que, através dela, é possível tomar conhecimento dos processos de produção do produto, bem como de sua constituição. Quando há insegurança alimentar, há transtornos em vários segmentos, principalmente nos que englobam as compras governamentais para serviços públicos, tal como para a merenda escolar e as refeições para os hospitais, presídios, até mesmo nas atividades sociais de distribuição de cesta básica. Tudo o que envolve alimentação fica comprometido, dada a vulnerabilidade da qualidade na manipulação para produção do alimento.

Nesse tocante vale destacar que muitos podem fazer as associações de pequenos produtores agrícolas e médios fornecedores para ajudar no controle de produção e qualidade do alimento a ser comprado pelo governo. Essa é uma alternativa útil a ser utilizada.

²⁹ ESTORNINHO, 2013, p.18.

Em 2002, a Europa publicou o seu primeiro Regulamento nº 178/2002³⁰, dispondo sobre segurança alimentar. Criando a Autoridade Europeia para a Segurança dos Alimentos (AESA), com o objetivo de avaliar os riscos referentes à cadeia alimentar e dispor de informações sobre o tema. Considerando o princípio da precaução³¹. Pensar na qualidade do alimento e no seu acesso seguro é também um meio de permitir que o outro exerça livremente suas escolhas, ainda que sua escolha seja por motivos religiosos.

O reconhecimento da preocupação tanto da segurança ambiental como da segurança alimentar a nível global, não deve ser unicamente dos ambientalistas, mas sim, uma questão a ser tratada em diferentes áreas, tais como, na economia, na política, no meio cultural, social e também no jurídico. Redirecionando as políticas públicas de segurança ambiental e alimentar no plano internacional, as quais necessitam de uma convergência mínima entre interesses de ordem econômica, político e social dos Estados, uma vez que a para proporcionar a segurança do ambiente, é importante que haja apoio econômico e financeiro também.

A segurança não pode ser definida apenas como um objetivo, mas como uma consequência, o que significa que nem sempre percebemos o que é ou quanto é importante proteger até que estejamos ameaçados de perder. [...] A redefinição da segurança implica, portanto, na redefinição de ameaça.³²

Importante enfatizar que é possível ou não que, em matéria de segurança, as prioridades estabelecidas estejam relacionadas às ameaças recentes, afinal variam de acordo com a opção política dos Estados, em relação às matérias político-econômicas, e socioculturais, em graus variados. Tais aspectos, tanto em nível regional quanto global, tendem a incentivar que os Estados priorizarem demandas mais direcionadas a interesses individuais de grupos que estejam em situação de maior risco ou maior necessidade.

Estorninho ainda aponta a necessidade de se estabelecer uma relação entre as autoridades públicas e particulares para que as questões sanitárias e de salubridade em matéria alimentar sejam reguladas pelo Estado, aí entra a necessidade de se utilizar as normas do Direito Administrativo.

³⁰Regulamento (CE) n.º 178/2002, do Parlamento Europeu e do Conselho de 28 de janeiro de 2002, que determina os princípios e normas gerais da legislação alimentar, cria a Autoridade Europeia para a Segurança dos Alimentos e estabelece procedimentos em matéria de segurança dos géneros alimentícios.

³¹ Princípios como o da precaução, da prevenção e princípio do poluidor-pagador são aplicados na política ambiental europeia. Para mais desenvolvimentos ver (GOMES, 2012, p.68-72).

³² ULLMAN, 1983, p. 133.

No tocante à segurança alimentar, é de sumária importância que esse tema seja colocado em pauta e que seja então reconhecida a necessidade de incluir a questão alimentar, como um direito humano básico enquanto condição vital à vida, também que seja abordada a questão da produção, mecanismos de distribuição e consumo de alimentos, pois o sistema alimentar influencia diretamente no setor econômico, social e cultural dos países, por fim, que mais políticas públicas sejam desenvolvidas para aprimoramento da referida questão.

2. DOS RÓTULOS ECOLÓGICOS EUROPEUS

2.1. DA ROTULAGEM AMBIENTAL

Desde alguns anos tem ocorrido um crescimento ascendente da quantidade de pessoas interessadas em estabelecer condutas que promovem o respeito ao meio ambiente e que agregue valor sustentável. A consciência ambiental tem invadido ambientes que outrora nem se pensava em cogitar, o mundo da moda, da alimentação, do turismo, dentre outros, tem se destacado ao apresentar alternativas ambientalmente corretas e também saudáveis.

Cada vez se torna mais natural a escolha por produtos e serviços com essas características, e pode ser verificado que os hábitos de vida têm sido aos poucos influenciado, mudando o modo de pensar e o consumo. O que antes era visto apenas no setor alimentar, hoje pode ser encontrado naturalmente: há muitos produtos e serviços adaptados ou criados com a intenção de atender às necessidades ecológicas, através de técnicas sustentáveis e um aproveitamento eficiente de recursos. Os produtos e serviços que atendem aos requisitos de preservação ambiental recebem a atribuição de selos verdes.³³

O selo verde é utilizado para diferenciar os produtos que foram produzidos respeitando os critérios ambientais de controle dos produtos que causam mais impacto ao ambiente. Esses selos estão cada vez mais populares e tem conquistado muitos consumidores.

³³ Termo comum, referente a qualquer programa de rotulagem, que evidencia uma característica ambiental. Outros nomes também apresentam significado similar: selo ambiental, rotulagem ambiental, selo verde, rótulo ecológico e rótulo ambiental.

A preocupação com os aspectos ambientais na altura da Revolução Industrial era praticamente inexistente e, muito embora vivamos em um mundo globalizado, no qual o consumismo e a produção em massa foram incentivados desde aquela época, pelos ingleses, as exigências de mercado tem sofrido modificações. O mundo passou a compreender que a produção e o consumo sem responsabilidade ambiental são agressivos ao ecossistema e não contribuem para o bem estar do homem hoje, além de impossibilitar que as gerações futuras tenham acesso aos mesmos recursos, assim passou-se a promover estratégias que possam deixar o mercado competitivo através de atitudes que respeitem a legislação ambiental.

O Relatório Brundtland³⁴, evidencia a esse aspecto que:

O controle da poluição tornou-se, e com toda a razão, um próspero ramo da indústria em ‘vários países industrializados’. Indústrias muito poluentes como ferro e aço, outros metais, produtos químicos e geração de energia, muitas vezes levaram a progressos em áreas como equipamentos antipoluição, desintoxicação, tratamento de resíduos, instrumentos de mensuração e sistemas de acompanhamento. Essas indústrias não apenas se tornaram mais eficientes e competitivas, como também muitas delas descobriram novas possibilidades para investimento, vendas e exportações.³⁵

Houveram importantes inovações com o advento desste relatório. Ele declara que o modelo adotado pelos países desenvolvidos faz uso desenfreado dos recursos naturais, tornando-o insustentável. Além de popularizar uma máxima que ficou sendo repetida por ambientalistas no decorrer dos anos, sendo repetido por diferentes partidos e movimentos políticos, inclusive na Declaração do Rio sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento³⁶ e que diz em seu princípio 3: “o desenvolvimento sustentável é aquele que atende às necessidades do presente sem comprometer a possibilidade de as gerações futuras atenderem às suas próprias necessidades.”

O desgaste com as demandas ambientais

tem crescido amplamente, e cada vez mais tem sido discutida por profissionais de várias áreas, tais como, ecólogos, biólogos e ambientalistas, e até mesmo pela própria

³⁴ Em abril de 1987, a Comissão Brundtland, divulgou um relatório, cujo título é Nosso Futuro Comum, o qual trouxe conceitos de desenvolvimento sustentável que mostraram quão incompatível estava o padrão de produção e consumo da época. Disponível em: <<https://ambiente.files.wordpress.com/2011/03/brundtland-report-our-common-future.pdf>> Acesso em 17 de abril de 2016.

³⁵ BRUNDTLAND, 1991, p. 237.

³⁶ Rio de Janeiro, 1992, p.1.

sociedade que tem reproduzido o discurso sustentável. Esse momento pode ser considerado, como um momento de conscientização popular em geral, onde o coletivo tende a simpatizar com os produtos e serviços amigos do ambiente, e conseqüentemente, passam a incorporá-los em sua lista preferencial. Devido à necessidade de identificar esses produtos que pertencem ao grupo de produtos que respeitam os critérios ambientais em todo o seu processo de fabricação à venda, surgiram os rótulos ecológicos, como uma solução ambientalmente mais saudável e eficaz.

Os rótulos ambientais oferecem uma oportunidade para informar os consumidores sobre as características do produto que podem não ser facilmente aparentes. Por exemplo, pode ser impróprio derramar o produto de limpeza não utilizado no esgoto, devido à toxicidade aquática potencial do produto. Além disso, os rótulos permitem que os consumidores façam comparações entre os produtos. Munidos com essa informação, os consumidores têm a capacidade de reduzir os impactos negativos ao ambiente, através de suas pequenas escolhas diárias, comprando produtos ambientalmente preferíveis e minimizando suas consequências durante o uso e descarte.

O rótulo ambiental, como anteriormente dito, promove produtos e serviços com um reduzido impacto ao ambiente, comparando-os com produtos pertencentes ao mesmo grupo. De acordo com a ISO – *International Standards Organization* – o selo ecológico tem por função primária:

[...] encorajar a procura e a oferta de produtos que causam menores pressões no ambiente ao longo do seu ciclo de vida, através da comunicação da informação verificável e fiável, não enganosa, acerca dos aspectos ambientais de produtos e serviços.³⁷

Como é entendido:

"[...] a rotulagem verde essencialmente confia na diferenciação simbólica. O rótulo diz implicitamente que este produto é diferente de outros produtos."³⁸

O rótulo ecológico permite aos fabricantes distinguir os seus produtos do produto médio. Do ponto de vista do consumidor, os rótulos ecológicos permitem às decisões verdes, decisões que refletem valores ambientais.

³⁷ ISO 14020:1998.

³⁸ BOSTROM *et al.*, 2008, p. 29.

Ao olhar para um produto, os consumidores não têm como saber como foi produzido ou quais insumos foram necessários. Com as etiquetas ecológicas é possível evidenciar, deixar ao alcance do consumidor informações mais detalhadas, que talvez não esteja explícita em um olhar rápido. Com isso, os rótulos ambientais reduzem as complexidades de produção e de distribuição de mercadorias, pois deixa mais fácil o conhecimento e ao alcance de qualquer pessoa.

À medida que o rótulo vai decifrando o que está contido no produto, ou a maneira como ele foi produzido ele vai influenciando no comportamento do consumidor. As etiquetas, indiscutivelmente, ajudam os consumidores a escolherem produtos e serviços de acordo com as suas preferências, e contribuem diretamente para com a mudança no sistema econômico, a fim de o mercado se enquadrar às novas exigências do consumidor, que no caso em tela, são exigências que refletem escolhas mais ecológicas e em sintonia com o ambiente, através de produtos que minimizam os impactos ambientais e fortalecem a ideologia verde. As informações do rótulo ajudam os consumidores a comprar com segurança e adequadamente reciclar ou descartar os produtos e embalagens.

A rotulagem ecológica é um instrumento muito importante, que tem facilitado a abertura de novos mercados, tendo em vista que o investimento nos mercados ecológicos tem crescido nos últimos tempos e tem se tornado cada vez mais exigente. Nessa perspectiva, o rótulo tem sido um meio utilizado na defesa do ambiente, pois segmenta tudo aquilo que for, ecologicamente correto e que está fazendo parte da preferência do consumidor.

O rótulo ambiental se utiliza de um selo que precisa de forma funcional as informações dos produtos que obedecem as leis ambientais, no âmbito de sua composição técnica, de produção e de distribuição. São desenvolvidos estudos de avaliação de impacto ambiental de um produto e serviço durante todas as suas etapas de vida, utilizando informações científicas autênticas. A maioria das pessoas conseguem enxergar o rótulo como algo útil a lhe passar alguma informação, a respeito de um produto.

Diversos países criaram seus próprios selos, se destacando como pioneiros na utilização dos rótulos: Alemanha com o *Blue Angel* – criado em 1977, EUA adotaram o *Green Seal*³⁹ em 1989, e a União Europeia, ao desenvolver o *European Ecolabel* no ano de

³⁹ O *Green Seal* é um rótulo americano, proveniente dos Estados Unidos, no ano de 1989. Criado com o fim de identificar os produtos e serviços que atendessem aos critérios ambientais exigidos, não tem fins lucrativo e a

1992. Esses selos passaram a ser um diferencial competitivo, principalmente para o mercado consumidor e fiscal. Porém, como houve grande aceitação por parte dos consumidores, acabaram surgindo muitos rótulos diferentes ao redor do mundo e se fez necessário definir normas e diretrizes específicas para a rotulagem ambiental.

Desse momento em diante, entidades independentes passaram a averiguar as informações impressas nos produtos, se as declarações ambientais nos rótulos eram verdadeiras, proporcionando assim maior transparência, imparcialidade e credibilidade no programa de rotulagem. Quando se fala em rótulos, a ideia geral é que ele é uma simples etiqueta de papel, plástico, tecido, metal ou qualquer outro material, que identifica e acondiciona o produto. No entanto, o rótulo apresenta também outras funções tanto quanto importantes, que consegue impulsionar as vendas e manter o produto por muito tempo no mercado.

Na verdade, o rótulo é quem estabelece o primeiro contato com o consumidor, ele é quem seduz, *a priori*, o público, mostrando características que convencerão o indivíduo a efetuar a compra, mesmo sem necessariamente precisar daquele objeto. Esses conceitos são arquitetados pelo *marketing* do fabricante, que visa traçar um plano de apresentação estratégico para que o consumidor possa se identificar com o bem. Adotando critérios que variam desde as cores que identificarão o produto, como as letras e a forma de escrita a ser empregada, ou o material que servirá para a confecção do selo, ou se a embalagem poderá ser reutilizável, o que implicará em redução de custos, são algumas das estratégias consideradas na criação do produto.

Os rótulos, quando ambientais, também são criados e pensados para conquistar o consumidor, no entanto, a característica principal do mesmo, é implementar dentro de todos os processos de produção e criação a proteção ao meio ambiente. Os impactos devem ser evitados, ainda que isso signifique reduzir o investimento na embalagem e no *design*. Ou até mesmo, ainda que de alguma forma possa dificultar a concorrência no mercado.

Quando se fala em atitudes que poderão trazer qualquer resultado negativo para o ambiente, a escolha deve ser negativa. O dano deve ser evitado, mesmo quando o cálculo aponta que as consequências serão mínimas, pois mesmos nessas situações o ambiente não é

iniciativa privada. São exemplos de produtos que apresentam esse selo: sistema de rotulagem plásticos, lâmpadas fluorescentes, detergentes domésticos, equipamentos de irrigação, papel de jornal, óleo recondicionado, dentre outros. Poucas empresas estrangeiras possui este rótulo.

recuperado. A geração desses dias atuais, diferentemente do que acontecia no passado, reconhece a importância de zelar pelas questões ambientais e ser responsável pelo progresso da causa.

Criar um rótulo não é tão fácil quanto se imagina, devem ser obedecidos alguns critérios, como por exemplo, a legislação para rótulos deve ser estudada, o ciclo de vida dos produtos deverá ser observado, decidir o tipo de público a quem será destinado, quais as estratégias de mercado que serão implementadas, como o custo, a acessibilidade, dentre outras questões. Mas há critérios também que não devem ser adotados, sob nenhuma hipótese, sob pena de causar prejuízo econômico e ao consumidor, tais como: não deve ser declarada nenhuma informação que não esteja de acordo com a realidade e que leve o consumidor ao erro e nem pode omitir detalhes importantes a respeito do produto. Em ambos os casos, a vida e a saúde do consumidor estarão em risco, e a credibilidade em relação aos programas de certificação também poderão ser questionados.

Dentro do mercado verde, é basilar que todos os procedimentos adotados sejam amigos da natureza, até mesmo, que a conduta do consumidor e do produtor esteja de acordo com essa ideologia, do contrário os selos ecológicos perderão a sua função prioritária e passarão a disciplinar apenas um setor de produtos que não apresentam compromisso com o conceito que o define.

É importante destacar, que o programa de rotulagem ambiental trouxe benefícios em uma escala geral. Não apenas os consumidores ganham com a compra de itens e produtos que reforcem o valor da saúde e defesa ao meio ambiente, mas também a sua promoção induz os fabricantes a mudarem o modo de produção, se esse já não estava de acordo com os critérios de ordem ambiental. É desse modo, também, que a política dos rótulos incentivam o desenvolvimento econômico, estimulando o consciente verde, inclusive entre produtores e consumidores e criando estratégias para a reformulação mercadológica nessa área.

Concomitante a essa mudança de comportamento sentida na sociedade, em que muitas pessoas declaradamente preferem produtos que apresentem características de respeito e proteção ao ambiente, surge muitas atribuições ecológicas de origem duvidosa e enganosa, que não são transparentes e declaram nos rótulos informações que induzem o consumidor ao erro. Um exemplo claro são alguns rótulos contendo em seus acondicionamentos expressões como: biodegradável, orgânico, ecologicamente correto,

dentre outros, sem verdadeiramente atender à validação dos critérios exigidos para a atribuição e uso desses selos.

A rotulagem ambiental apresenta algumas peculiaridades, podendo ser: positiva, negativa ou neutra. Quando a rotulagem é “positiva” ela certifica produtos e serviços que apresentem um ou mais atributos ambientais; a chamada de “negativa” são as que alertam os consumidores quanto aos riscos que alguns elementos contidos nos produtos possam apresentar, devendo ter cuidado com o seu uso; já as conhecidas por “neutras”, apenas resumem as informações ecológicas sobre cada produto a fim de possibilitar que o consumidor a interprete da melhor maneira no momento da compra.

E, por fim, a classificação dos rótulos poderão se dar como mandatários ou voluntários. Sendo mandatários os que têm caráter obrigatório, podendo ainda ser subdivididos em: informativos (aqueles que apresentam informações técnicas, especificações sobre a matéria prima ou produto e padronização de qualidade); alertas ou avisos de risco (trazem informações do tipo: tóxico, inflamável, sempre indicando a exposição ao risco; um exemplo comum é o rótulo com a imagem da caveira nos defensivos agrícolas).

Os rótulos voluntários são aqueles, como o próprio nome diz, emitidos de acordo com o próprio querer, adotado por livre iniciativa e são independentes, pois, são aplicados por terceiros a quem se disponha integrar o sistema de rotulagem ambiental. Geralmente, os rótulos positivos ou neutros são voluntários. Classificam-se também como cartões-relatórios, selos de aprovação ou programas de certificação de atributo único. Com o objetivo de atestar a respeito do mínimo ou quase inexistente impacto no ambiente.

Vale ressaltar que o símbolo relacionado à reciclagem⁴⁰ de produtos, em geral não está relacionado a estratégias de vendas, nem tem condições de atestar que um produto em questão seja mais ou menos ecológico do que o outro. A chamada simbologia de reciclagem, não é rotulagem ambiental e nem o uso do símbolo garantirá que o produto será reciclado. Sendo assim, recomenda-se aos produtores/interessados que, ao certificar ou rotular um produto ecológico, que não faça uso ao mesmo tempo do símbolo da reciclagem, uma vez que

⁴⁰ A reciclagem tem como símbolo em todo o mundo, um triângulo de três setas, no sentido horário. Ele representa um ciclo: a primeira seta indica a indústria, que produz; a segunda seta indica o consumidor, que utiliza o produto; e a terceira seta que indica a reciclagem, que permite a reutilização da matéria-prima (o ciclo não findará, o produto voltará a ser matéria prima).

a reciclagem só diz a respeito da denominação do material do produto, mas não sobre o seu processo de produção ou ingredientes contidos em sua composição.

No entanto, se for usado o adjetivo reciclável⁴¹ já estaria apto a fazer parteda rotulagem ambiental, pois o termo reciclável implica que os produtos contêm características que causaram ou causarão menores impactos no ambiente, e repercutindo de modo positivo sobre aqueles que tem a intensão de adotar atitudes ecológicas.⁴² Lembrando que o uso incorreto dos símbolos de reciclagem pode prejudicar o processo de colheita e reciclagem de outros materias a serem recolhidos e, ainda, resultaria no desperdício dos produtos que poderão vir a serem reciclados.

Há algumas empresas que se utilizam de símbolo de reciclagem ou que contenham características parecidas com os selos ambientais para promover o ingresso do produto no mercado e conseqüentemente a sua venda, fazendo com que o consumidor pense que está comprando um produto com rotulagem ambiental, um produto com selo verde, quando na verdade ele está sendo induzido a pensar isso. São exemplos, as embalagens ecológicas falsas: que são aquelas descartáveis, apresentadas como uma tendência no mercado, como algo que contribuirá na proteção do ambiente e fazem com que o consumidor, confundido pelos símbolos que apenas parecem ambientais, mas não o são, passe a adquirir os tais produtos acreditando que está de acordo com os critérios de defesa do ambiente.

Também se ludibria o consumidor quando está autodeclarado que o produto é livre de cloroflúorcarboneto para os produtos que não podem conter CFC por força de lei, ou seja, não foi uma opção da empresa. Ao direcionar as ações da população em prol do meio ambiente, valorizando as iniciativas que contribuem para a sua preservação e desestimulando as ações degradadoras, além de gerar recursos e/ou reduzir custos futuros voltados à manutenção ou recuperação de um possível meio ambiente desequilibrado; tudo isso assegurando a condições

⁴¹ Há um programa privado alemão, chamado Der Grüne Punkt, que também tem o seu selo representado por uma seta, no entanto, diferentemente do símbolo da reciclagem esse selo apresenta uma seta única. Foi criado em 1990, por entidades particulares e estatais com o objetivo de possibilitar a reciclagem de resíduos, principalmente as embalagens que foram manejadas em produtos em geral. Mais de 400 empresas participam dessa campanha e confiam na consciência ecológica do consumidor, parte muito importante para o seu funcionamento, pois é esse que identifica e reúne as embalagens para posterior arrecadação. Nesse caso, é garantido que o material recolhido seja reciclado, independente do sistema de coleta local. O programa estabelece que, para cada 500 habitantes, um ponto de recepção desse resíduo deva estar à disposição das pessoas. Esse sistema separa vidros, papel, plásticos de quatro tipos, embalagens laminadas para bebidas e metais. Esse símbolo só deve ser usado caso o produto seja comercializado na Europa.

⁴² O termo reciclável deve ser usado apenas quando as embalagens recolhidas já estiverem sendo efetivamente recicladas. Não se faz o recolhimento prévio da embalagem para então tentar reciclar. Mas sim, para que uma embalagem seja rotulada como reciclável, é fundamental que exista infraestrutura preparada para isso.

conjuntura que favorece o desenvolvimento de fatores sociais e econômicos respeitando os interesses da defesa nacional e efetivando importante papel em prol da proteção ao princípio da dignidade da pessoa humana, fundamento último de um estado democrático de direito.

Um rótulo ecológico é considerado como um objeto de proteção ambiental, pois influencia diretamente, no comportamento dos cidadãos a ponto de estimular mudanças em sua própria conduta. Além ser um meio de prevenção de danos, e de estímulo ao mercado ecológico que tem crescido vertiginosamente.

Em suma, mesmo com alguns entraves, a rotulagem ambiental é um meio pelo qual os consumidores podem estar informados a respeito das estratégias ambientalmente corretas, adotadas pelas empresas em relação aos seus produtos. Essa interação e troca de dados é de grande valia, pois torna ciente o consumidor simultaneamente revela qual é a empresa responsável pelas questões da área ambiental.

2.1.2. HISTÓRICO DA ROTULAGEM AMBIENTAL

Para que os rótulos ambientais pudessem ser apresentados, nos dias de hoje, com credibilidade e transparência, um longo caminho foi percorrido. A inquietação mundial pela proteção do meio ambiente tem sido a fonte principal responsável pela rápida aceitação do consumidor em relação aos rótulos ecológicos.

Nesse processo, podemos entender essas preocupações ambientais como positivas, pois estimulam o mercado e uma mudança de padrões éticos na sociedade. Assim, as declarações e os rótulos ambientais passaram a ser utilizados com o objetivo de imprimir esse critério verde nas etapas de produção e na venda de produtos e serviços. A certificação ecológica foi bem aceita pelos consumidores, que passaram a utilizar os rótulos verdes como critério de compra, visto que estavam desejosos por contribuir na proteção do ambiente, adquirindo produtos que causassem o menor impacto ao ambiente.

O primeiro selo verde com a iniciativa do governo, junto com a sociedade e as igrejas, foi criado pela Alemanha, em 1977, cujo nome foi dado de Anjo Azul ou *Blue Angel*. Nessa década começaram a serem criados os rótulos ambientais voluntários, por pressão dos ambientalistas. Já que, até então, só se tinha notícia dos rótulos obrigatórios, promovidos na

década de 1940, que rezavam sobre saúde e meio ambiente, especialmente na área de agrotóxicos e raticidas e armazenagem de produtos orgânicos. Os agricultores e as entidades ambientais eram liberados a fornecerem esses rótulos.

O selo alemão teve tão bom desempenho que influenciou outros países. Em 1989, por exemplo, os países nórdicos criaram também um selo, chamado de Cisne Nórdico. Em seguida, em 1988, foi a vez do governo canadense criar um programa de rotulagem verde, chamada de *Environmental Choice/Choix Enviromental*.

Porém, no início, os selos não foram recebidos positivamente nos Estados Unidos, muito por conta da má recepção por parte do setor industrial e também devido às autodeclarações. Não se via muita segurança em confiar em uma declaração realizada pelo próprio interessado.

Nas décadas de 1970 e 1980, os fabricantes começaram a criar estratégias (apelaram a estratégias de *marketing*) para divulgar que a empresa fazia escolhas que não agredissem ao ambiente e, assim, conquistar consumidores verdes, em larga escala. Eles pretendiam associar a imagem da empresa, à ideologia ambiental para cativar mais clientes.

O Parlamento Europeu, em 1992, criou também o seu selo, chamado de *Ecolabel*. O Conselho da União Europeia objetivava criar um selo que fosse único aos países membros do bloco. Esse selo, de caráter voluntário, passou a ser utilizado na Europa e também passou a ser exigido pela União Europeia, até mesmo para os produtos importados, observando o ciclo de vida de cada produto (CVP). O símbolo deste selo é uma Flor, é o primeiro selo regional e transregional. Alcança os seguintes produtos: máquinas de lavar louça, adubos para solo, papel higiênico, papel de cozinha, detergente etc.

Em nível internacional, é através da Organização Internacional de Normalização (ISO)⁴³ que as normas técnicas, os procedimentos e as classificações são padronizadas, com o objetivo de manter um padrão geral de um produto ou serviço, não apenas na Europa. Obter essa certificação inicial é o padrão para as demais certificações ambientais.

À medida que a demanda de selos verdes foi aumentando, a certificação ambiental passou a ser discutida em âmbito internacional por vários órgãos, como a ONU (Organização

⁴³ A ISO é uma organização cujo objetivo central é desenvolver normas, testes e certificação adequada pautada também na análise do ciclo de vida do produto e na avaliação de impacto ambiental. Formula políticas públicas que busca equilibrar a proteção ambiental com as demandas socioeconômicas.

das Nações Unidas), a OCDE (Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico) e a OMC (Organização Mundial do Comércio), além de ser discutida também pela ISO (Organização Internacional de Normalização), como citada acima. Há uma crítica geral a respeito dos rótulos, devido ao elevado número de rótulos ambientais existentes no mercado, fazendo com que sejam questionados se a concessão dos selos está se dando de maneira correta e imparcial.

Importante também citar um exemplo de sistema de rotulagem gerido pela Fairtrade International⁴⁴, uma associação multilateral, sem fins lucrativos, composta por 24 organizações, a qual tem por objetivo comercializar produtos dos pequenos produtores, que sozinhos não teriam condições de comercializar em um mercado mais significativo. Esse tipo de comércio procura diminuir as dificuldades que os produtores possam encontrar e vencer as desigualdades comerciais, promovendo maiores oportunidades de ingresso no mercado econômico, debatendo alternativas e organizando ideias favoráveis aos pequenos produtores, de modo mais confiável e justo.

O *Fairtrade* ou comércio ético e solidário é responsável, vem sendo considerado um dos pilares da sustentabilidade ecológica e econômica, pois, consegue gerir toda a sua cadeia produtiva, mantendo uma relação comercial considerada justa, desburocratizando o comércio e desenvolvendo uma organização democrática dos produtores em cooperativas ou associações.

A prática do comércio justo teve início em alguns países da Europa, durante a década de 1960, e continua sendo uma alternativa viável frente ao comércio tradicional, sempre recebe apoio em todos os países em que apresenta manifestação organizada, com incentivos fiscais em grande parte dos produtos em destaque: mel, feijão, açúcar, café, chá, vinho, temperos, manteigas, produtos de higiene pessoal, dentre outros.

Esse selo busca manter o equilíbrio entre a promoção da atividade desenvolvida, a proteção do meio ambiente e igualdade de direitos, promovendo melhores condições de trabalho, preço justo, capacitação de produtores, transparência e confiabilidade em toda a cadeia de produção.

⁴⁴ Disponível em: < <http://www.flocert.net/> > Acesso em 14 de abril de 2016.

2.1.3. NORMATIZAÇÃO DOS RÓTULOS AMBIENTAIS

Devido à grande quantidade de rótulos que foram surgindo, foi também crescente a necessidade de se estabelecer normas que ditassem diretrizes comuns em diferentes territórios. Assim, os governos introduziram programas de rotulagem ambiental promovendo significativas alterações nos moldes e padrões de produção e consumo. Estão estimulando os produtores a mudarem os seus procedimentos, através de estratégias como substituição de materiais, redução do consumo de água, energia e demais recursos naturais. Além de buscar minimizar o uso de substâncias tóxicas, a poluição e o descarte inadequado de itens e produtos nocivos.

A ISO, como já falado anteriormente, é uma organização não governamental, aprova internacionalmente normas em todos os campos técnicos, procedimentais, classificatórias, dentre outras, e é formada por mais de 100 membros, sendo um único membro de cada país. Para as empresas, essas normas são instrumentos que contribuem para o desenvolvimento estratégico de cada setor. Por exemplo, algumas normas diminuem os gastos, pela redução do desperdício e dos erros e, aumentando assim a produtividade da empresa que a adere. Outras proporcionam e facilitam a expansão do mercado de atuação da empresa, auxiliando-a à ingressar em novos mercados e facilitando o seu desenvolvimento comercial, em diferentes esferas de atuação tanto a nível regional quanto a nível internacional, visando fomentar um comércio mundial livre e justo.

A partir de 1971, foram constituídos três comitês técnicos pela ISO, para resolver exclusivamente as questões da normatização de métodos e análises ambientais: o TC-146 – que abordava sobre a qualidade do ar, o TC-147 – que dispunha sobre a qualidade da água, e o TC-190 – que tratava da qualidade do solo. Era crescente a preocupação que existia em relação à falta de normatização na seara ambiental. Não havia possibilidade de proceder à identificação dos produtos, nem tomar conhecimento das informações relativas ao que estava sendo oferecido, pois os rótulos não tinham esse rigor. Posteriormente, foram surgindo diversos tipos de rótulos ecológicos ou selos verdes e em diferentes níveis de abrangência, atestando que os produtos apresentavam reduzidos ou nenhum impacto ambiental negativo.

Ao mesmo tempo, as indústrias, inevitavelmente, precisavam ter normas para os Sistemas de Gestão Ambiental (SGA). Fato que resultou na concepção e lançamento da

BS7750 pela British Standards Institution, da Grã-Bretanha, em 1992. E, desde então, os demais países foram elaborando suas próprias diretrizes: na França, a AFNOR; na Holanda, a NNI e na Espanha, a AENOR.

Frente a essas estratégias a nível internacional, a ISO criou o *Strategic Advisory Group on Environment* (SAGE), estabelecendo estratégias em um direcionamento sistemático de normatização ambiental e rotulagem. A partir dos esforços desse grupo surgiu o Comitê Técnico 207 - Gestão Ambiental, que influenciou na elaboração do Sistema ISO 14000, tão importante para a normatização mais recente.

O programa de rotulagem ecológica de produtos e serviços ultrapassa a definição de marca de conformidade, pois os produtos são analisados em laboratório e é exigido que eles atendam a requisitos mínimos para poderem receber o selo verde. Assim, essa etiqueta ecológica é o maior grau de conformidade, o qual, tanto atesta quanto à forma, como garante o fato de o produto não agredir o meio ambiente. Quando se deu início o processo de rotulagem, apenas produtos poderiam receber o selo verde, mais tarde, os processos e os serviços também foram incluídos, sendo exigida sua adequação ambiental em vários níveis.

Como exemplo, os selos eram classificados de acordo com os seguintes caracteres: Nível I: se fossem produtos biodecompositáveis; Nível 2: se fossem decompositáveis ou biodegradáveis, e também recicláveis; Nível 3: se fossem produtos e também embalagens biodegradáveis e recicláveis; Nível 4: se no processo de produção apresentasse pouco ou nenhum impacto ambiental; Nível 5: se fossem produzidos com transformação de tecnologia de menor impacto, menor custo, menos matéria-prima, maior produtividade, menos resíduos e rejeitos.

Os conceitos de certificação ambiental, rotulagem ou etiquetagem baseada em considerações ambientais foram equiparados. De tal modo que o produto recebia o rótulo se ficasse comprovado ser originado por um processo que apresente menor impacto ambiental frente aos demais produtos comparáveis que podem ser encontrados no mercado. Essas informações eram repassadas aos consumidores que poderiam adquirir o produto, certos de que estavam fazendo uso de um produto que coadunasse com suas próprias convicções ideológicas.

Seguindo a análise do SGA⁴⁵, estes importantes sistemas vêm sendo elaborados e implantados em todo o mundo, muito rapidamente, uma vez que os impactos ambientais são crescentes e faz-se necessário que outros organismos tomem conhecimento das virtudes que a sua adequação a esse sistema poderá causar. Além do mais, a responsabilidade social e ambiental tem sido ampliada e a legislação ambiental tem procurado se aperfeiçoar para alcançar as mudanças que naturalmente tem acontecido e assim cumprir como se papel de contribuir para o adequado e equilibrado uso dos recursos, cuidar do ambiente e mediar imagem corporativa com a opinião pública.

A ISO continua a tratar sobre as normas de rotulagem ecológica, traçando características que distinguem cada tipo de rotulagem, apontando quais os requisitos necessários para a postulação do rótulo, e quais as diretrizes para auditorias, avaliação de desempenho ambiental ou ciclo de vida do bem ou produto:

- Rotulagem tipo I – ISO 14024 – é o programa de rotulagem que dita os procedimentos e os critérios para o desenvolvimento da certificação ambiental, deliberando sobre quais os princípios que influenciarão o processo e quais as características funcionais dos produtos. Também estabelece os requisitos para a concessão do rótulo. Exemplos: a nível europeu há o *Blue Angel*, rótulo alemão, o Cisne Nórdico, que é da Noruega, e, como exemplo supra nacional, tem-se o rótulo ecológico europeu. Esse rótulo indica que o produto causa “menos impacto” ao ambiente.
- Rotulagem tipo II – ISO 14021 – autodeclarações ambientais – delimita os critérios para autodeclarações ambientais, que são dirigidas aos produtores, importadores ou distribuidores, apresentando gráficos, textos e símbolos, no que se refere aos produtos. Divulgando assim, as informações essenciais do ponto de vista ambiental aos produtos e serviços específicos que o apresentam. Nesse tipo de rotulagem, diferentemente do que acontece com os rótulos, nas declarações tipo II, as empresas são responsáveis pela comprovação das informações prestadas. Não se necessita de uma instituição, por exemplo, para atestar quanto à veracidade do que está sendo dito. Obviamente, que por não participarem de um controle direto, são suscetíveis às desconfianças, pois nesse

⁴⁵ Gestão ambiental é o processo de administração, planejamento e organização de interesses da área ambiental, a fim de utilizar de maneira sensata e racional os recursos naturais, sejam eles renováveis ou não. Conforme Nogueiro (2008, p.136): “[...] a gestão ambiental deve ter em vista o uso de práticas que cubram a permanência e preservação da biodiversidade, a reciclagem das matérias-primas, a diminuição do impacto ambiental das atividades humanas e o cumprimento da legislação ambiental sobre os recursos naturais”.

processo seria fácil uma empresa declarar aquilo que ela não é. Mas a grande vantagem que a rotulagem do tipo II apresenta é que elas são mais econômicas, do que as do tipo I e III.

- Rotulagem tipo III – ISO 14025 – inclui avaliação do ciclo de vida – é realizada por uma ou mais organizações, e devem apresentar resultados quantificáveis, de acordo com as exigências e as determinações impostas, elaboradas no âmbito da ISO. Essa certificação é mais complexa, uma vez que, ela exige mais detalhes e exige que a informação ambiental deva ser apresentada de modo qualitativo e quantitativo. A norma ISO 14021 apresenta as diretrizes para essa rotulagem.

Nesses casos, como na rotulagem tipo I, não são as próprias empresas que apresentam essa declaração, mas sim, uma terceira entidade. Além do que, os rótulos tipo III, apresentam dados sobre um produto ou serviço a depender do tempo de vida do mesmo - o seu CVP, logo é possível utilizar certos índices ambientais, como: resíduos, aquecimento global, alterações climáticas, desmatamento, entre outros, e analisá-los. O selo verde, através de sua imagem, é uma excelente alternativa para fortalecer a política dos rótulos ambientais, onde as pessoas passarão a compreender e preferir aqueles produtos que tenham como objetivo a proteção e conservação do meio ambiente.

Uma norma que precisa ser diferenciada é a ISO 14001, pois ela não se trata de um selo verde, mas sim, seu objetivo é orientar uma empresa na instauração de Sistemas de Gestão Ambiental (SGA). Em tempos de necessária proteção ambiental, as empresas precisam receber orientação para organizar uma estrutura de proteção ao meio ambiente, para refletir práticas empresariais mais modernas e sustentáveis, controlando os riscos e impulsionando o desempenho ambiental, dentre outros pontos.

O programa de rotulagem ambiental apresenta mais de 3.600 produtos certificados, sendo a maioria deles pertencentes às classes: pilhas e baterias, tintas de baixa toxicidade, produtos feitos com material reciclado ou reutilizado, produtos sem CFC (clorofluorcarbonetos) e produtos químicos de utilização doméstica.

O benefício que esse mecanismo traz não se reflete apenas no âmbito do meio ambiental, mas também beneficia empresas e consumidores, dinamizando o modo de fabrico

e comercialização do produto e alinhando todo o passo a passo aos critérios estabelecidos pela legislação ambiental.

Outrossim, a rotulagem é um meio pelo qual não se faz distinção étnica, econômica ou social, pois os produtos e serviços com o selo verde são destinados a todo aquele que deseja consumir, e utilizar um produto que compreenda a proteção ambiental em sua formação. Embora seja grande a variedade de rótulos e declarações ambientais, independente se são voluntários ou obrigatórios, certificados a nível nacional, regional ou internacional, utilizando critérios de avaliação do ciclo de vida ou em alguma degradação ambiental negativa, a aceitação dessa medida e a valorização da mesma, só aponta para o amadurecimento da mentalidade humana para a necessária e urgente defesa do patrimônio que é nosso e será dos nossos: o meio ambiente.

2.1.4. PRINCÍPIOS QUE REGEM A CERTIFICAÇÃO ECOLÓGICA

Os princípios gerais são aplicáveis à rotulagem ecológica, devendo haver transparência com os produtos e serviços, preservação ambiental e social, comprometimento com os interesses em questão, a fim de assegurar maior credibilidade dos programas de certificação.

Os princípios gerais são as regras que, embora não estejam escritas, servem como mandamentos que informam e dão apoio ao direito, utilizados como base para a criação e integração das normas jurídicas, respaldados pelo ideal de justiça.⁴⁶

A influência exercida por um princípio não pode ser ignorada, ao passo que ele participa da composição das estruturas jurídicas e ocupa-se constantemente com os valores da sociedade.

A generalibus júri principiis, da qual deve ser extraída a decisão judicial quando a lei for omissa, falhe a analogia e não existam costumes adequados, tem como determinante o ‘espírito da ordem jurídica’, que se manifesta através de ‘valoração da camada dirigente’, como *ultimum refugium* do Juiz.⁴⁷

⁴⁶ PAIVA, 2012, p. 51.

⁴⁷ Ibidem, p. 51. Faz referência à Lei de Introdução às normas do Direito Civil Brasileiro, que permite que ao princípio seja feita analogia, caso a lei seja omissa.

Em conformidade com o Princípio da Veracidade, tudo o que constar e for lançado nos rótulos deve ser feito de modo cognoscível e legítimo, ou poderá o fabricante responder criminalmente pelas informações descritas. Além do mais, eles devem ser úteis e acessíveis. Pessoas de diferentes graus de escolaridade devem ser capazes de entender o que está ali disposto, a fim de poder fazer a melhor escolha na hora da compra.

O rótulo não deve privilegiar apenas uma classe ou, do contrário, apenas agrônomos, nutricionistas e médicos, talvez, seriam os mais indicados para a interpretação da mensagem veiculada na embalagem. No entanto, os fabricantes devem confeccionar a etiqueta atentando para os princípios do direito à informação, direito à veracidade, pensando em facilitar o acesso do público às informações contidas no rótulo. Se esses princípios forem categoricamente respeitados, os rótulos funcionarão com um instrumento de propulsão de vendas e facilitará a identificação do consumidor com a marca.

Nesse passo, é salientado que: “Tanto o excesso quanto a falta de informação podem gerar efeitos e consequências prejudiciais, como a diminuição da percepção do público sobre riscos dos produtos [...]”⁴⁸

Seria interessante a criação de portais eletrônicos e sítios que disponibilizassem informações cruzadas de todas as empresas certificadas. O público poderia ter maior conhecimento de quais as empresas tinham o certificado, desde quando o adquiriram, se estavam passando pela avaliação anual, e com isso tornariam a rotulagem um processo ainda mais acessível e legítimo a todo e qualquer cidadão, por força do princípio da igualdade disciplinado no artigo 13º da CRP. Em contrapartida, quando tratamos de *marketing* e propaganda, como estamos na era digital, o que acontece muito com a mídia física, os folhetos explicativos, por exemplo, é que pesquisas comprovam que o retorno financeiro é muito insignificante, as pessoas não se interessam mais por esses artifícios e privilegiam, portanto, os meios eletrônicos.

O Código de Publicidade passou a disciplinar práticas de promoção comercial, em sintonia com as diretivas europeias. Por exemplo, é proibida a publicidade que incentive atitudes potencialmente prejudiciais à proteção do ambiente (princípio da licitude, no artigo

⁴⁸ MORAIS, 2004, p. 102.

7.º, alínea g). Além disso é vedada a propaganda de automóveis que “contenha situações ou sugestões de utilização do veículo perturbadoras do meio ambiente” (artigo 22.º-A, n.º1 b).

Igualmente, é de extrema importância que os rótulos sejam pautados em uma metodologia científica que forneça dados e informações com amparo técnico, de resultados precisos, confiáveis e reproduzíveis, pois essas mesmas informações devem estar à disposição de todo e qualquer interessado sempre que solicitada.

Outro princípio basilar da rotulagem ambiental é o princípio da sustentabilidade, bem como o princípio do direito à sadia qualidade de vida. Ambos refletem no programa de certificação as características vitais do dever de certificar ambientalmente um produto, ou seja, imprime nos rótulos a importância de estimular a saúde do ser humano e a preservação ambiental.

[...] os princípios tratam-se de mandamentos ou mandados de otimização, que ordenam que algo seja realizado na maior medida possível dentro das possibilidades jurídicas e fáticas existentes. Princípios são, por conseguinte, mandamentos de otimização, que são caracterizados por poderem ser satisfeitos em graus variados, e pelo fato de que a medida devida de sua satisfação não depende somente das possibilidades fáticas, mas também das possibilidades jurídicas. O âmbito das possibilidades jurídicas é determinado pelos princípios e regras colidentes.⁴⁹

Dessa forma, é definido que os princípios são compostos de instrumentos para a transformação do Estado, ou seja, normas instituindo o que deve ser feito com a maior intensidade possível, diante das possibilidades fáticas e jurídicas. Deste modo, eles são chamados de mandamentos (ou comandos) de otimização. Não deve passar despercebida a definição fornecida por ele, quando trata destes princípios como mandados de otimização. Uma análise simples da expressão já revela sua importância para a teoria do jusfilósofo.

A palavra, mandado, também traduzida por mandamento, vez que derivada do alemão *Optimierungsbegote*, expressa a ideia de que o princípio é algo que deve ser seguido, um imperativo, regra imposta e que visa a ser cumprida. Nesse sentido, princípios e regras possuem a mesma finalidade, pois essa última também é imposta para ser obedecida, sendo, pela mesma razão e do mesmo modo, também um mandamento.

⁴⁹ ALEXY, 2008, p. 90-91.

A palavra otimizar, contudo, traz o grande germe da diferença de sentidos entre princípios e regras. Observemos o significado da palavra no Dicionário Priberam da Língua Portuguesa, aqui transcrito:

otimizar | v. tr.
o·ti·mi·zar (ótimo + -izar). Verbo transitivo.
Dar a uma máquina, a uma empresa, a uma ação, etc., o rendimento ótimo, criando as condições mais favoráveis ou tirando o melhor partido possível.

Ressalta-se do significado do vocábulo em evidência, a ideia do “melhor possível”, ou seja, a possibilidade de estabelecer gradações e matizes de perfectibilidade de acordo com as condições do momento. A palavra se opõe, portanto, à ideia de patamares estáticos e acabados, sugerindo, em seu lugar, a noção de gradação e mutabilidade.

Com mandado de otimização, portanto, exprime o filósofo do direito em análise, a noção de que os princípios são normas que determinam a sua aplicação e cabimento nas hipóteses em que melhor se ajustem ao caso, admitindo-se, mesmo hipóteses em que sua eficácia fica mais restrita e condicionada, e outras nas quais sua aplicabilidade se dá de modo mais largo e enérgico. Tal caráter volúvel no manejo com os princípios, deriva da sua capacidade de poderem ser cumpridos em diferentes graus, dependendo sua efetivação dos variados contextos jurídicos e reais do caso concreto e da possibilidade de serem mais ou menos aplicados a depender da situação em questão, permitindo maior flexibilidade em sua utilização.

Diferentemente dos mandados de otimização que são a essência dos princípios, as regras não comportam tal possibilidade, sendo chamadas de normas de caráter definitivo, já que nelas há apenas duas possibilidades, a aplicação, integral e irrestrita, ou a não aplicação. Este caráter binômico e peremptório na aplicação da regra, sua natureza quase mecânica, por oposição à maleabilidade dos princípios, se dá, pois, esses últimos são a expressão de direitos fundamentais, gerais e abstratos por natureza, enquanto que as regras, no mais das vezes, são mais específicas e de caráter mais técnico, resolvendo os seus conflitos por questão de validade ou invalidade, em que uma regra prepondera integralmente sobre a outra que lhe foi contraposta.

Ainda no que concerne às regras e a sua definição como normas, entende-se sempre que estas estão sendo satisfeitas ou não satisfeitas. Sendo uma regra válida deve ser feito exatamente o que por ela é exido, nem mais nem menos. Dessa forma, trata-se de

mandamentos (ou comandos) de definição e, cabe acrescentar que, em casos de conflitos entre regras, o resultado será o afastamento de uma delas, pois não pode existir mais de uma regra válida regendo a mesma situação fática, embora os princípios possam atuar conjuntamente, ainda que defendam pontos de vista inicialmente opostos.

Com o intuito de esclarecer a proposta do sopesamento de ideias, em casos de colisões entre princípios, cite-se o seguinte trecho esclarecedor, onde defende que a realização de um dado princípio é variável, a depender da situação de colisão enfrentada:

Vigílio Afonso da Silva discorre que para Alexy, os princípios são normas que estabelecem que algo deve ser realizado na maior medida possível, diante das possibilidades fáticas e jurídicas presentes. Por isso são eles chamados de mandamentos de otimização.⁵⁰ Importante, nesse ponto, é a ideia de que a realização completa de um determinado princípio pode ser - e frequentemente é - obstada pela realização de outro princípio. Essa ideia é traduzida pela metáfora da colisão entre princípios, que deve ser resolvida por meio de um sopesamento, para que se possa chegar a um resultado ótimo. Esse resultado ótimo vai sempre depender das variáveis do caso concreto e é por isso que não se pode falar que um princípio P1 sempre prevalecerá sobre o princípio P2 - (P1 P P2) -, devendo-se sempre falar em prevalência do princípio P1 sobre o princípio P2 diante das condições C - (P1 P P2) C.

No que atine aos conflitos entre princípios, ainda segundo o autor, um cederá ao outro, pois estes princípios possuem pesos diferentes nos casos em concreto. Sem, contudo, declarar nulo nem introduzir uma cláusula de exceção no princípio que foi abdicado. Será reconhecida, portanto, maior relevância de um determinado princípio no caso concreto, fato que pode não se repetir em ocasiões futuras.

Outro elemento de grande importância a ser destacado no trecho do doutrinador em questão é que, de algum modo, reflete uma perspectiva histórica do Direito, se mostra quando verificamos que não há hierarquia rígida e imutável entre os princípios. Na teoria kelseniana, elaborada no começo do século XX e produto mais bem-acabado do positivismo jurídico, há a elaboração de uma pirâmide, conhecida como Teoria do Ordenamento Jurídico, na qual as leis são organizadas hierarquicamente e essa mesma disposição das leis permite a resolução rápida

⁵⁰ São normas que ordenam que algo seja feito na maior medida possível, de acordo com as possibilidades fáticas e jurídicas do caso concreto. Alexy, Robert. TEORIA DOS DIREITOS FUNDAMENTAIS. 2 ed. Tradução VIRGÍLIO Afonso Da Silva. São Paulo: 2017. P. 90-91.

de conflitos que eventualmente podem surgir da aplicação entre elas, com base em suas respectivas posições hierárquicas distintas.

Quanto aos princípios, elaborar uma hierarquia entre eles seria negar sua própria natureza e real finalidade, que são a proteção de certos valores fundamentais atualmente tutelados pelo Estado, que, na defesa de tais pilares, sempre deverá jogar com uma soma de fatores e ponderações no momento de sua aplicação.

É possível verificar a preocupação do legislador em expressar condutas consideradas, *a priori*, lesivas ao meio ambiente, além de outras possibilidades previstas no decorrer do mesmo instituto, como estudos prévios de eventuais impactos ambientais pelo poder público; da possibilidade do poder público repreender os agentes que exploram recursos minerais; da aplicação de sanções penais e administrativas a pessoas físicas ou jurídicas que exercerem atividades consideradas lesivas ao meio ambiente (princípio do poluidor pagador); da preocupação com atividades econômicas e patrimônios naturais determinados.

Dessa forma, fica evidente a posição de que a possibilidade de dano ambiental, aparentemente justificado, tem que prevalecer sobre o interesse econômico, que pode ser compensado de outras formas. A atividade econômica não pode ser exercida se essa causa trouxer danos efetivos ao meio ambiente.

O sistema de rótulo ecológico da União Europeia atende às diretrizes dos Tratados, nomeadamente o princípio da precaução, também atende ao princípio de *in dubio pro ambiente*, propagado pelo Tratado de Maastricht.⁵¹ De acordo com esse princípio, quando houver incerteza sobre o risco de certa atividade para o ambiente, decide-se a favoravelmente ao meio ambiente, isto é, o ônus da prova da ofensa que recairá sobre o potencial poluidor. Levando em conta, ainda, que o princípio da identificabilidade, respeito aos direitos do consumidor e o princípio da livre e leal concorrência também são preservados pelos rótulos ambientais.

⁵¹ Ou o “Tratado da União Europeia” foi um acordo assinado na cidade Maastricht (Holanda) pelos países europeus em 7 de fevereiro 1992, a fim de constituir a política socioeconômica comum para os países signatários.

Outro princípio que se destaca é o princípio do poluidor-pagador, onde, ao causar uma degradação ambiental, o indivíduo invade a propriedade de todos os que respeitam o meio ambiente e afronta o direito alheio. De alguma forma, pode se enxergar, nesse princípio, o entendimento de que o direito ao meio ambiente é de natureza difusa, pois diferentemente dos direitos individuais, como a propriedade, na qual o detentor do direito real pode até inutilizar a coisa e trazer prejuízo apenas a si próprio, quem agride o meio ambiente, indistintamente está a macular o direito de todos, sem que haja distinção clara onde começa o espaço de cada um. Assim, esse princípio tem o objetivo de forçar os agentes econômicos a internalizarem os gastos com o meio ambiente advindos da produção e do consumo, causadores de degradação e de escasseamento dos recursos ambientais. O princípio se encontra incorporado na Declaração do Rio de Janeiro sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, em seu princípio 16.⁵²

Por último, cabe tratar do princípio do desenvolvimento sustentável, o qual diz respeito, justamente, à efetivação de um ideal de desenvolvimento econômico que esteja em conformidade com a manutenção do ambiente ecologicamente equilibrado para a atual geração e para as demais que virão. Para se ter noção da importância deste princípio, cabe destacar que faz parte dos vinte e cinco princípios constantes na Declaração do Rio de Janeiro sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, documento aqui muitas vezes citado, dada a importância que reflete, por ser de índole internacional, visto que a preocupação ambiental deve transcender as barreiras entre os Estados, sendo, em verdade, um dever global.

2.1.5. O RÓTULO EUROPEU E O PRINCÍPIO DA PREVENÇÃO

A atenção à preservação ambiental, já não é novidade na atualidade. Muito em virtude da globalização, e das consequências trazidas pelo consumismo desenfreado, questionam-se medidas e políticas públicas que possam amenizar os impactos já causados e que possam prevenir, evitar que outros danos ocorram. O rótulo verde é uma alternativa de prevenção, em que a administração pública pode atuar impedindo que o ambiente sofra impactos negativos e o consumidor possa obter informações exatas quanto às características dos produtos e serviços.

⁵²“PRINCÍPIO 16 - Tendo em vista que o poluidor deve, em princípio, arcar com o custo decorrente da poluição, as autoridades nacionais devem procurar promover a internalização dos custos ambientais e o uso de instrumentos econômicos, levando na devida conta o interesse público, sem distorcer o comércio e os investimentos internacionais” Declaração do Rio de Janeiro sobre o Meio Ambiente. 1992. p. 3. Disponível em: < <http://www.onu.org.br/rio20/img/2012/01/rio92.pdf> > Acesso em 14 de novembro de 2016.

A Convenção de Basileia sobre Controle de Movimentos Transfronteiriços de Resíduos Perigosos e seu Depósito⁵³, manifestou em seu preâmbulo a seguinte declaração:

“[...] a maneira mais eficaz de proteger a saúde humana e o meio ambiente dos perigos que esses resíduos representam é a redução ao mínimo de sua geração em termos de quantidade e/ou potencial de seus riscos” e “[...] determinadas a proteger, por meio de um controle rigoroso, a saúde humana e o meio ambiente contra os efeitos adversos que podem resultar da geração e administração de resíduos perigosos e outros resíduos [...]”.

Nesse sentido, percebe-se que a comunidade internacional vem adotando estratégias que promovem a proteção ambiental em um sentido amplo. Pois, onde há proteção do meio ambiental, também há proteção da vida humana para essa e para futuras gerações. A política ambiental da União Europeia tem o princípio da prevenção⁵⁴ como um dos seus princípios chave, preconizando a prevenção como uma medida de antecipação. Ou seja, faz-se a prevenção do risco. Quando tomado conhecimento científico de que há possibilidade de agressão ao meio ambiente, há a intervenção no intuito de solucionar os problemas ambientais já em sua origem.

O Tratado da União Europeia⁵⁵, indica como princípio da Política Ambiental, em seu artigo 2º, entre outros o “da ação preventiva, baseada na correção prioritariamente na origem”. Percebe-se que a vigilância e a prevenção se impõem, em virtude do caráter irreversível do dano, pois, ainda que seja realizada uma reparação, nunca se alcançará ao *status quo*, sua reconstituição é praticamente impossível. Se, ao fabricar um produto, o fabricante utiliza

⁵³ SUIÇA, 1989, p.5. Essa convenção, concluída em Basileia, na Suíça, em 22 de março de 1989 procurou instituir mecanismos internacionais que coibissem o movimento ilegal de resíduos perigosos, bem como o seu depósito, a partir de uma a gestão ambientalmente adequada. Disponível em: <<http://www.basel.int/Portals/4/Basel%20Convention/docs/text/BaselConventionText-e.pdf>> Acesso em 24 de janeiro de 2016.

⁵⁴ Jurisprudência: 1. ACÓRDÃO DO TRIBUNAL DE JUSTIÇA (Décima Secção), 28 de março de 2019: Princípio da Precaução. “Pelos fundamentos expostos, o Tribunal de Justiça (Décima Secção) declara: 2) O princípio da precaução deve ser interpretado no sentido de que quando, após uma avaliação dos riscos tão completa quanto possível tendo em conta as circunstâncias particulares do caso concreto, o detentor de um resíduo suscetível de ser classificado quer em códigos correspondentes a resíduos perigosos, quer em códigos correspondentes a resíduos não perigosos, se vê na impossibilidade prática de determinar a presença de substâncias perigosas ou de avaliar as características de perigosidade apresentadas pelo referido resíduo, deve este último ser classificado como resíduo perigoso.”

<<http://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?text=&docid=212327&pageIndex=0&doclang=PT&mode=lst&dir=&occ=first&part=1&cid=6362113>> Acesso em: 12 de Dezembro de 2019.

⁵⁵ MAASTRICHT, 1992, p.11. Foi um acordo estabelecido entre países da Europa, assinado em 1991, que levou a criação da União Europeia. Disponível em: <https://europa.eu/european-union/sites/europaeu/files/docs/body/treaty_on_european_union_pt.pdf> Acesso em 20 de abril de 2016.

ingredientes não permitidos ao consumo humano ele pode gerar a morte de quem fizer uso do produto inadequado, se, para contruir móveis, desmata florestas e extingue espécies ambientais, ele também agride a natureza.

Portanto, essas convenções e tratados, apontam para a necessidade de prevenir que o dano aconteça, ao antecipar o conhecimento quanto aos riscos que poderão ser causados caso não seja impedida a ação. Ex.: a criação de selos florestais tem contribuído na identificação e promoção da venda de um produto que não seja fruto de um desmatamento.

Também, sobre o Princípio em análise a Prof^a Dr^a Carla Amado Gomes escreveu: “[...] o Princípio da Prevenção traduz-se em que, na eminência de uma actuação humana, a qual comprovadamente lesará, de forma grave e irreversível, bens ambientais, essa intervenção deve ser travada.”⁵⁶

Sobre o princípio da prevenção e a sua importância, Canotilho afirma que: “[...] é especialmente importante na protecção do ambiente pois é uma regra de mero bom senso aquela que determina que, em vez de contabilizar os danos e tentar repará-los, se tente sobretudo evitar a ocorrência de danos, antes de eles terem acontecido.”⁵⁷

A Convenção-Quadro sobre Mudança Climática,⁵⁸ em seu artigo 3º, traz alguns princípios, dentre eles o da prevenção, como um princípio que atua no sentido de antecipar medidas que evitem uma agressão ambiental, buscando a constante vigilância e ação do Poder Público e da sociedade para evitar a degradação ambiental.

Esse caráter não estático do princípio da prevenção dinamiza o processo de políticas ambientais, uma vez que, depois do estudo detalhado dos riscos e análise científica da

⁵⁶ GOMES, 2000, p. 21-55.

⁵⁷ CANOTILHO, 1993, p. 1034-1035.

⁵⁸ A Convenção-Quadro sobre Mudança Climática ou United Nations Framework Convention on Climate Change (UNFCCC or FCCC) é um tratado ambiental internacional negociado na Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento ou United Nations Conference on Environment and Development (UNCED), informalmente conhecido como Earth Summit, realizada no Rio de Janeiro de 3 a 14 de junho de 1992. < <https://unfccc.int/resource/docs/convkp/conveng.pdf> > Acesso em 12 de Dezembro de 2019.

agressão, poderá aplicar o princípio da prevenção especificamente e tão somente onde for necessário.

Para Celso Antonio Pacheco Fiorillo ⁵⁹, esse princípio deve ser trabalhado de um modo mais consciente, deve ser ensinado às pessoas e correlacionado à sua própria subsistência:

“A prevenção e a preservação devem ser concretizadas por meio de uma consciência ecológica, a qual deve ser desenvolvida através de uma política de educação ambiental. De fato, é a consciência ecológica que propiciará o sucesso no combate preventivo do dano ambiental. Todavia, deve-se ter em vista que a nossa realidade ainda não contempla aludida consciência, de modo que outros instrumentos tornam-se relevantes na realização do princípio da prevenção. Para tanto observamos instrumentos como o estudo prévio de impacto ambiental (EIA/ RIMA), o manejo ecológico, o tombamento, as liminares, as sanções administrativas etc.”

Portanto a atuação do Estado e da sociedade deve ser conjunta frente a antecipação do dano, para que haja a preservação. Pois, quando se efetiva a prevenção, os danos ambientais são evitados, resultando na defesa do meio ambiente. Logo, propagam-se efeitos não apenas para a geração atual, como também para a vindoura. Vale aqui ressaltar, que neste ponto, quando o autor ponto “consciência ecológica”, em nada deve ser minorado” em termos de responsabilidade participativa. Pois, muito embora, quando atrelamos a consciência ecológica como sendo algo menos efetivo, diminuimos a capacidade da sociedade de se tornar responsável pelos seus atos. E isto não é verdade. Se cada um entende que é um todo em sua esfera, muda o seu padrão comportamental, gera um ciclo, e, portanto, reflete no resultado.

Não deixa de se tratar do princípio da solidariedade intergeracional, que consiste na relação entre as presentes e futuras gerações no intuito de conservar o meio ambiente, por meio de ações dadas de forma sustentável.

Os Estados devem eliminar e reduzir os modos de produção e consumo que não podem ser praticados e promover políticas locais apropriadas, adotando medidas individuais e peduliares, para melhor agir no grupo local, de acordo com a realidade específica da situação.

[...] tem como finalidade evitar lesões do meio-ambiente, o que implica capacidade de antecipação das situações potencialmente perigosas de origem natural ou humana,

⁵⁹ FIORILLO, Celso Antonio Pacheco. **Curso de direito ambiental brasileiro**. 11. ed. São Paulo: Saraiva, 2010. p. 112.

capaz de pôr em risco os componentes ambientais, de modo a permitir a adopção dos meios mais adequados para afastar a sua verificação ou minorar as suas consequências.⁶⁰

Em síntese, a lógica existente é a de cuidar desde o início para que não haja danos ambientais, pois muitas vezes a reparação desse prejuízo ao ambiente se faz impossível de remover. Também, é mais económico e inteligente que o dano seja prevenido do que reparado, uma vez que a reparação é sempre mais custosa do a prevenção.

Esta estratégia, institui uma forma privilegiada de estimular o desenvolvimento sustentável, através da gestão moderada dos recursos ambientais, permitindo que o ambiente seja protegido e assim, contribua para uma qualidade de vida humana sadia. Este processo, não é tão simples, deve ser feito compreendendo todas as questões que serão diretamente impactadas por ele, como a vertente económica e a social, gerando repercussão nos projetos privados e públicos de maior dimensão. A Constituição da República Portuguesa⁶¹, no capítulo que versa sobre o meio ambiente e a qualidade de vida, aponta uma orientação preventiva, vide artigo:

Artigo 66.º - (Ambiente e qualidade de vida)

Artigo 1:

Todos têm direito a um ambiente de vida humano, sadio e ecologicamente equilibrado e o dever de o *defender*.

Artigo 2:

Incumbe ao Estado, por meio de organismos próprios e por apelo e apoio a iniciativas populares: a) *Prevenir e controlar* a poluição e os seus efeitos e as formas prejudiciais de erosão; c) Criar e desenvolver reservas e parques naturais e de recreio, bem como classificar e *proteger* paisagens e sítios, de modo a garantir a conservação da natureza e a preservação de valores culturais de interesse histórico ou artístico; d) *Promover o aproveitamento racional* dos recursos naturais, salvaguardando a sua capacidade de renovação e a estabilidade ecológica.

A normatização dos instrumentos que objetiva a proteção do ambiente e deve estar a todo o momento sendo aperfeiçoada. Deve estar sempre atenta às mudanças económicas, climáticas e sociais, para então criar medidas que sejam eficientes e tutelares.

⁶⁰ SILVA, 2005, p.63-76.

⁶¹ PORTUGAL, 1976, p. 15 – 16.

O Rótulo Ecológico permite aos fabricantes, ou empresas, a oportunidade de requisitarem uma marca ou logotipo de conformidade ecológica que credita ao produto, serviço e/ou empresa em questão a sua qualidade verde. E atua como um preventor de riscos e danos ao meio ambiente e ao homem. Cada vez mais as empresas e os consumidores têm se identificado com essa ideologia. Gomes, enuncia que há quatro categorias de instrumentos com aplicabilidade em distintas dimensões de proteção ambiental, sendo eles, os preventivos, os reparatórios, repressivos e os de mercado:

A sua reunião é essencial para alcançar o duplo objetivo do Direito do Ambiente: prevenir e promover. Enquanto tarefa do Estado, a prevenção de riscos ambientais através de mecanismos de command and control é ineliminável. Porém, a proteção do ambiente no longo do curso passa sobretudo pela radicação de uma consciência ambiental em todas as pessoas, na qualidade de cidadãos, consumidores, operadores industriais ou comerciais. Ora, num domínio em que a mudança de mentalidades é decisiva, não basta as tradicionais medidas de polícia, que previnem e reprimem. Paralelamente é preciso incentivos à adopção de uma nova atitude vivencial.⁶²

Considerando que deste o governo aos produtores, dos fabricantes ao consumidor final, todos, precisam compreender que o dever do cuidado e conservação ambiental cabe a cada um. Desenvolve-se, assim, a consciência de que a promoção de atitudes ecológicas, que preservem o ambiente, que não agridam, não será uma restrição à sua liberdade de escolha, mas sim, uma influência imperativa que orientará cada parte a entender as questões ambientais sob o ponto de vista da preservação, melhorando a qualidade de vida e preservando os recursos naturais.

É urgente e necessária a proteção do ambiente. O rótulo ecológico é uma excelente iniciativa que se alinha às exigências de qualidade das sociedades modernas (objetivo este comum aos produtores e industriais que deixam de buscar apenas os lucros e a redução das barreiras comerciais, mas também a enxergar a fundamental importância da preservação ambiental, proteção da saúde e segurança, e a verdadeira tutela dos consumidores que utilizam seus produtos), é necessário, portanto, estarmos esclarecidos sobre os assuntos de cunho ambiental, pois tal esclarecimento nos permitirá participar ativamente de sua gestão.

Todos devem, então, entender as soluções propostas pelos especialistas. Pois a participação ativa da sociedade na solução dos problemas ambientais só se dará quando esta efetivamente sentir e compreender estes atuais problemas enfrentados. Desta forma

⁶² GOMES, 2012, p. 81.

compreensão restrita ou limitada das informações trazidas pelos rótulos ambientais, por parte dos consumidores, é um limitante à eficácia dos mesmos.

A rotulagem está baseada em termos científicos que requerem conhecimentos específicos, porém a população em sua maioria não os detém. Assim, neles deverá ser enfatizado, por exemplo, se há potenciais efeitos na saúde humana, aquecimento global ou poluição das águas de forma que se tornem cada vez mais compreensíveis a população em geral.

O princípio da prevenção, utilizando de várias regras e artifícios que possam impedir a ocorrência de um dano já previsto cientificamente, a despeito de determinada conduta, ou até mesmo de sua omissão, pode ter no Rótulo Ecológico um aliado no controle e na prevenção de prejuízos em relação a produtos e serviços certificados pelos selos verdes. O fato de ter ocorrido um controle de qualidade e de preservação dos recursos naturais, já revela que necessariamente um passo foi dado em direção à proteção do ambiente.

The adoption of eco-labels is seen variously as an opportunity for increased sales thought product differentiation, increased accountability, or increased choice for consumers in a greening retail environment. The reality often is too many products, too much information, too little time, and a paucity of independent, accessible, readily accessible and understandable information about environmental performance⁶³

Os rótulos ambientais apresentam diversos benefícios. Dentre eles, a sua capacidade de promover valores ambientais e apresentar informações que sejam úteis ao consumidor se destacam. Além do que são alternativas de prevenção de danos, ao passo que respeitam o ciclo de vida do produto, devendo cada processo estar em sintonia com as leis de proteção ambiental.

O princípio da precaução adverte que o risco deve ser combatido desde o início e que os bens devem ser consumidos de maneira racional, para que possam ter um rendimento duradouro, de modo a evitar desperdícios. Desse modo, compreende-se que:

⁶³Em português: “A adoção de rótulos ecológicos é vista de várias maneiras como uma oportunidade para o aumento das vendas, a diferenciação do produto pensado, aumento da responsabilidade ou maior escolha para os consumidores em um ambiente de varejo verde. Muitas vezes, a realidade é que há demasiados produtos, muita informação, muito pouco tempo e uma escassez de informações independentes, acessíveis, facilmente acessíveis e compreensíveis sobre o desempenho científico” ((HORNE, 2009, p.180 , tradução nossa).

“[...]o princípio da precaução visa à durabilidade da sadia qualidade de vida das gerações humanas e à continuidade da natureza existente no planeta.” ⁶⁴

Esse princípio se encontra expresso no Princípio 15 da Declaração do Rio de Janeiro sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento⁶⁵, documento de Direito Internacional Público, que diz:

Com o fim de proteger o meio ambiente, o princípio da precaução deverá ser amplamente observado pelos Estados, de acordo com suas capacidades. Quando houver ameaça de danos graves ou irreversíveis, a ausência de certeza científica absoluta não será utilizada como razão para o adiamento de medidas economicamente viáveis para prevenir a degradação ambiental.⁶⁶

O princípio da prevenção determina a adoção de políticas públicas de defesa dos recursos naturais, visando evitar a degradação ambiental, ou seja, aplicar práticas de proteção contra tal prejuízo. Apesar da aparente semelhança, a prevenção se diferencia do princípio da precaução em razão de esse último ser aplicado quando as consequências das práticas são desconhecidas, trabalhando-se com o perigo potencial; enquanto o princípio da prevenção, contrariamente, trabalha com o prévio conhecimento das consequências de um ato determinado. No caso citado, trata-se do dever jurídico de impedir a efetivação dos danos ambientais.

Tal princípio se concretiza através de políticas ambientais antecipadamente formuladas, ressaltando que a prevenção não é estática, devendo-se:

“[...] atualizar e fazer reavaliações, para poder influenciar a formulação das novas políticas ambientais, das ações dos empreendedores, e das atividades da Administração Pública, dos legisladores e do Judiciário.” ⁶⁷

⁶⁴ MACHADO, 2013, p. 99.

⁶⁵ A Declaração do Rio, considerou que o Princípio da Precaução seria empregado, à medida que, quando realizados os estudos de impacto ambiental fossem detectados possíveis danos ambientais, ou seja, ocorresse o imprevisível dentro do atual conhecimento científico. Deste modo, o dano estaria preventivo.

⁶⁶ RIO DE JANEIRO, 1992, p. 3.

⁶⁷ MACHADO, 2013, p.124.

2.2. A FLOR EUROPEIA

A Flor Europeia é um símbolo utilizado para representar o sistema de rotulagem voluntária desenvolvido na Europa, a fim de facilitar o acesso e identificação dos produtos e serviços ecológicos oficialmente aprovados, que garantem um reduzido impacto ao meio ambiente ao longo de seu ciclo de vida.

Foi em 23 de março de 1992 que o Conselho Europeu citou o Regulamento nº 880/92/CCE. Hoje regulado pelo Regimento CE nº 1980/200. A instituição que atribui essa certificação é o Comitê do Rótulo Ecológico da União Europeia (CREUE), que é formado por órgãos competentes nacionais dos estados membros, representados por ONGs, sindicatos, associações de consumidores e industriais, e representantes das pequenas e médias empresas e do mundo do comércio. Os critérios de atribuição estão presentes no artigo 6/2, que diz:

É necessário explicar aos consumidores que o rótulo ecológico assinala os produtos susceptíveis de reduzir determinados impactos ambientais negativos relativamente a outros produtos do mesmo grupo de produtos, sem prejuízo das disposições regulamentares aplicáveis aos produtos a nível comunitário ou nacional.⁶⁸

Para a elaboração destes rótulos são coletados dados científicos de todo o ciclo de vida dos produtos. A avaliação de desempenho ambiental se inicia, então, na extração da matéria-prima necessária para a produção do item que se deseja obter, permeia todas as etapas produtivas e cadeias de suprimentos até que o produto seja utilizado pelo consumidor final e avalia, ainda, a tratativa necessária para lidar com o resíduo do mesmo após o uso final, apontando o que deve ser eliminado ou reaproveitado. Os requisitos de avaliação são concebidos para grupos de produtos distintos e estes requisitos são revistos periodicamente, garantindo a sua atualização e contínuo melhoramento, como diz o artigo 7º:

O domínio de aplicação do sistema deveria incluir produtos e aspectos ambientais que se revistam de interesse do ponto de vista tanto do mercado interno como do ambiente. Para efeitos do presente regulamento, os serviços deverão igualmente ser incluídos nos produtos.”⁶⁹

⁶⁸ REGULAMENTO (UE) 1980/2000/CEE, 2000. p. 4.

⁶⁹ Ibidem.

Sempre que há a revisão dos critérios ou requisitos dos rótulos, as empresas ou entidades podem, isentas de taxas, renovar seus contratos. Estas devem, então, apresentar um formulário e um dossiê que elucide que seus produtos atendem aos novos critérios. O rótulo reveste as vantagens da recognoscibilidade, ou seja, é reconhecida com facilidade; também tem como vantagem a seletividade, pois apresenta critérios rigorosos e bem definidos; é transparente: as decisões sobre as condições de atribuição são dadas por um Comitê do Rótulo Ecológico, órgão independente e de composição alargada, dispositivo regulamentado no artigo 5/2 do Regulamento (UE) 880/92/CEE, 1992. Em Portugal, o rótulo é conferido pela Direção-Geral das Atividades Econômicas.

Como anteriormente referido, o rótulo tem a finalidade de promover produtos que contribuam com minimização de impactos negativos ao meio ambiente, frente aos demais produtos que compõem o mesmo grupo, colaborando assim, para a proteção ambiental, e o uso consciente e eficiente da matéria-prima. Para que o rótulo ambiental cumpra o seu papel, as informações devem ser verídicas, claras e de fácil compreensão, para que os consumidores não tenham grandes dificuldades em distinguir e entender o que de fato a informação significa.

São cerca de 25.000 produtos e serviços que ostentam o logótipo da Flor Europeia. Todos eles se enquadram em produtos e serviços tais como: detergentes para máquina de louça e para lavagem manual, detergentes para roupa, produtos de limpeza para todos os fins e sanitários, sabonetes e shampoos, máquinas de louça, utensílios, computadores pessoais, portáteis, lâmpadas, frigoríficos, televisores, máquinas de roupa, aquecedores, aspiradores, casa e jardim, mobiliário, produtos para soalho, colchões, tintas e vernizes de interior, têxteis para o lar, fertilizadores do solo, vestuário, têxteis, calçado, turismo, serviços de campismo, lubrificantes, serviços de hotelaria, papel de cópia e gráfico, papel para impressão e produtos em papel.

Importante ressaltar que a rotulagem ambiental não atende a meras técnicas de *marketing*, sem a real funcionalidade à favor da batalha pela sustentabilidade do meio ambiente, mas sim, apresenta-se como um sistema organizado, imbuído da conceituação de preservação ambiental e redução de impactos ambientais, apresentando um rótulo de design e sentido unitários.

Atualmente, muitas são as empresas que estão certificadas pela Flor. Estima-se que mais de 900 empresas adotaram a certificação, fazendo prosperar um mercado lucrativo e que se expande pela economia mundial. Não apenas os países da Europa utilizam o “The Flower”, mas os Estados Unidos, Tailândia, Austrália, Canadá e Japão também possuem empresas certificadas com o rótulo europeu.

2.2.1. POLÍTICAS *BOTTOM-UP*: UMA ESTRATÉGIA DE PROMOÇÃO DO RÓTULO ECOLÓGICO

Chama-se *bottom-up* um mecanismo utilizado pelas políticas públicas, a fim de influenciar e viabilizar a realização prática do que foi decidido previamente por um conjunto de pessoas ou indivíduos, de natureza pública ou privada.

Esse método tem como característica principal desenvolver determinado assunto desde as suas concepções e compartimentos mais simplórios, chegando também a partes mais complexas, pois necessitam de um conhecimento detalhado para formar um projeto final. Essa hierarquia, ou crescimento ascendente de baixo para cima, retrata o sentido do termo utilizado em inglês. Em outras palavras, o *bottom up* incentiva a quebra de paradigma. Primeiro procura-se ideias diferentes, novas, que não estejam presentes no mercado, mas que possam ser realmente eficazes, para só então formar a estratégia pretendida.

Nesse passo, podemos analisar o rótulo ecológico. Com o desejo de promover e incentivar cada vez mais a adoção da etiqueta ambiental, devem ser avaliados os casos concretos, para então influenciar os princípios normativos e as ações as atitudes que deverão ser adotadas para promover a disseminação da rotulagem e mais empresas participem. Para participar do programa de rotulagem ambiental, as empresas devem pagar taxas referentes aos custos de ingresso e utilização do selo. Esse requisito pode se tornar um fator de impedimento para algumas empresas, pois podem não estar convencidas ainda de que haverá retorno ao adotar o rótulo.

Em casos como esse, as estratégias do *bottom up* servem para garantir às empresas que é viável e lucrativo utilizar a certificação. E que, principalmente, o investimento em rotulagem ambiental traz benefícios em curto e longo prazo, uma vez que impulsiona a

economia e promove lucros, como também preserva o meio ambiente e traz qualidade de vida.

Claro, que em se tratando de um rótulo de caráter voluntário, ou seja, as empresas procedem à candidatura ou não, não há a possibilidade de traduzir a porcentagem lucrativa do rótulo em números precisos. Mas, importa mostrar aos interessados, que se trata de um mercado em expansão e que destaca o produto que reprime práticas prejudiciais e negativas ao ambiente, o que por si só já é bastante interessante. É o que pode ser compreendido através desta afirmação:

Creating policies that attempt to prevent harmful practices from occurring in the first place would be proactive environmental legislation. Encouraging people to adopt more sustainable consumption habits through information based policies, like eco-labels, is an example of a proactive strategy. Even within the realm of proactive environmental policies eco-labeling is rather unique because "in contrast to the majority of preventive strategies focusing on systematic examination of manufacturing process, eco-labeling makes use of market mechanisms outside the company which are based on supply and demand."⁷⁰

Enquanto consumidores, as pessoas devem preferir produtos amigos do ambiente e, através do seu poder de compra, exigir das empresas e fabricantes mudanças no método de produção, adotando práticas sustentáveis e eficientes. A mudança de comportamento do consumidor contamina e impacta os demais participantes dessa cadeia, pois é ele quem custeia toda essa mudança, além de experimentar diversas transformações também em seu próprio estilo de vida.

Outro grupo que se apresenta como interessado na defesa do meio ambiente são as ONGs ambientais e demais associações. Elas procuram agir, em prol do ambiente, em lugares geralmente desamparados e postulam a proteção do ambiente como meio de proteção da vida humana.

Em relação à educação ambiental, o próprio Regulamento (CE) 66/2010, p. 7, do Parlamento Europeu e do Conselho de 25 de Novembro de 2009 relativo a um sistema de

⁷⁰ Em português: “Criando políticas que tentam evitar que práticas prejudiciais ocorram em primeiro lugar seria uma legislação ambiental proativa. Incentivar as pessoas a adotarem hábitos de consumo mais sustentáveis através de políticas baseadas na informação, como os rótulos ecológicos, é um exemplo de uma estratégia pro-activa. Mesmo no âmbito das políticas ambientais pró-ativas, o rótulo ecológico é bastante único porque "em contraste com a maioria das estratégias preventivas centradas no exame sistemático do processo de fabrico, a eco-rotulagem faz uso de mecanismos de mercado fora da empresa baseados na oferta e na procura.” ((DVOŘÁKOVÁ; KADLECOVÁ, 2010, p. 211, tradução do autor).

rótulo ecológico da UE, no artigo 12º, dispõe que a população se envolva para a propagação do selo ecológico.

Art. 12 – (Promoção do rótulo ecológico da UE)

1. Os Estados-Membros e a Comissão, em cooperação com os membros do CREUE, estabelecem um plano de acção com vista a promover a utilização do rótulo ecológico da UE através de: a) Campanhas de sensibilização, de informação e de educação dos consumidores, produtores, fabricantes, grossistas, prestadores de serviços, responsáveis pelas aquisições no sector público, comerciantes, retalhistas e grande público

2.3. *A GUIDE FOR APPLICANTS*

Um guia foi criado pela União Europeia, no qual é explicado, em dez passos, como proceder à candidatura e avaliação para obtenção do rótulo ecológico. Tem por objetivo mostrar o passo a passo, tornar mais compreensível a logística de todo o procedimento e torná-la menos burocrática, tornando o processo mais acessível, é possível cativar novos interessados e acelerar processos de certificação já existentes. Além de deixar mais transparente as razões pelas quais é importante e positivo ter um produto ou serviço com o selo verde e qual o impacto dessa escolha no mercado. Optar pelos rótulos ecológicos diz muito sobre quem compra, mas também sobre quem produz o produto.

Levando em consideração que a consciência ambiental tem crescido e as pessoas têm preferido usar serviços e produtos que respeitem o meio ambiente, o selo ambiental tem obtido voz na economia. Os produtos com rotulagem ambiental são competitivos e passam segurança ao consumidor. A credibilidade e transparência são mais do que boas razões para apostar no selo ambiental, pois atestam desempenho e qualidade ambiental, em um programa sério e de critérios elevados.

Em suma, o guia fornece um punhado de informações técnicas a respeito da rotulagem ambiental. Dúvidas em relação ao custo, tipo de produto, prazo, ingresso no mercado, divulgação do produto, dentre outros pontos estão disponíveis para todos os interessados de modo simples e acessível.

2.4. FUNÇÕES DO SELO VERDE: PERSPECTIVA DA EMPRESA, DO CONSUMIDOR E DO ESTADO

A aplicação do rótulo ecológico tem importante papel tanto para a empresa, como para o consumidor e para os governos. Ele funciona como um instrumento de comunicação entre todas essas partes, influenciando o comportamento de geral, a fim de tomarem as melhores decisões, decisões essas que entendam e pratiquem o respeito para com o meio ambiente.

Em relação às empresas, o selo verde promove orientações para o mercado, cria novas ideias sobre gestão ambiental e desenvolvimento para o ambiente e para a sociedade em geral. A empresa, dessa forma, reduzirá a poluição ambiental ao adaptar diversos fatores ecológicos a cada fase de produção, o que motivará outras empresas a fazerem o mesmo também. Sem contar que os produtos apresentarão características ecológicas, tais como o uso do logotipo verde fazendo com que os consumidores reconheçam facilmente o que eles representam.

Em relação ao preço, através da implementação do rótulo verde, é possível a redução dos custos de produção dos produtos ecológicos, de modo que mais consumidores se interessarão pelo produto ou serviço, expandindo a cartela de clientes das empresas. Além de contribuir para melhorar a imagem da empresa e gerar confiança em seus consumidores.

Os governos, ao incentivarem a utilização dos programas de certificação ecológica, promovem mudança nos moldes de produção e consumo em geral. Incentivando, assim, o setor de produção a adotar novos processos, reduzir o uso de energia, água e outros recursos naturais, substituir materiais, minimizando por alternativas ecológicas. Com isso, a utilização de substâncias tóxicas, poluição e descarte são reavaliados.

Em relação aos consumidores, o selo verde facilita identificação de produtos ecológicos, quando estão a fazer compras, reduzindo o tempo que é gasto na escolha dos produtos e aumentando a satisfação da compra. Tem por função também reforçar a consciência dos consumidores em matéria de proteção do consumo verde. Além disso, melhora a consciência da proteção dos consumidores, porque pode ajudá-los a questionar os seus legítimos direitos e interesses, evitando pagar mais por falsos produtos verdes. Ademais, proporciona bem-estar e qualidade de vida para quem adquire os produtos e serviços com o selo ambiental.

E, por fim, o selo verde também exerce sua função para com o Estado, pois esse, diretamente, tem interesse na promoção de um ambiente natural e artificial seguro. Deve atuar com programas que ajam na transformação comportamental das empresas e dos

consumidores, motivando-os a produzirem e comprarem, respectivamente, produtos que reduzam os impactos ambientais, que motivem as pessoas a apoiarem as atividades de proteção ambiental e a economia possa ser estimulada, através de atitudes mais sustentáveis.

Além do mais, parte também do poder público a função de repensar e criar cada vez mais políticas públicas que promovam os selos verdes e que viabilizem sua utilização a nível global, minimizando as barreiras econômico-internacionais para a utilização do rótulo e permitindo que cada vez mais empresas, de diferentes países, possam aplicar essa estratégia.

Ao analisar os benefícios que a rotulagem traz na seara do ambiente, é notório que ela impulsiona o consumidor e o produtor a adquirirem outro comportamento. O produtor é beneficiado ao apresentar um produto diferenciado em relação aos produtos da concorrência, quando usa diversas características relativas à nutrição que o produto pode trazer, quando assimila a ideia de selos verdes à saúde e ao bem-estar, quando demonstra que a produção do produto trouxe zero impacto ao ambiente, quando incentiva o desenvolvimento e o uso de métodos mais modernos e, conseqüentemente, quando expande o mercado para novos produtos ambientalmente sustentáveis.

Mas o consumidor também vai assimilando e usufruindo desses benefícios, uma vez que, dia após dia, vai absorvendo e compreendendo todas essas mudanças, evidenciando a sua capacidade de interferência e participação, construindo novos hábitos e fazendo escolhas mais saudáveis. São muitas as questões que envolvem os rótulos. Em um contexto geral, os benefícios existem e atingem a todos.

3. DO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

3.1. A UNIÃO EUROPEIA E O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

Desde o início da humanidade, sob uma perspectiva cristã, o homem está inserido em um meio ambiente natural. Ali plantavam, colhiam, se alimentavam e viviam em um ecossistema equilibrado e subsistente. Com o passar dos anos o homem foi adotando práticas cada vez mais prejudiciais ao meio ambiente e foi destruindo a natureza e suas fontes de riqueza.

Foi publicado em 1987 nas Nações Unidas um relatório intitulado: Nosso futuro comum (*Our common future*), posteriormente, outras quatro principais conferências, em nível mundial, versaram sobre o tema do desenvolvimento sustentável, foram elas: Estocolmo 1972, Rio 1992, Johannesburgo 2002 e a Rio + 20.⁷¹ Todas trabalharam o pensamento no sentido de prover diretrizes de proteção e melhoramento do ambiente humano, uma vez que mais e mais desastres aconteciam e estudos comprovavam que o meio ambiente sofria danos irreversíveis.

A União Europeia, participante desse posicionamento ideológico, também vinha incluindo em seus tratados posicionamentos que não agredissem o ambiente e que trouxessem uma vida digna para todos, mesmo os não europeus, conciliando prosperidade econômica e eficiência, sociedades pacíficas, inclusão social e responsabilidade ambiental, em suma a UE respirava a essência do desenvolvimento sustentável.

E talvez não pareça, *a priori*, mas não é tão fácil para a Europa promover um desenvolvimento sustentável, pois a maioria da população não é jovem, as alterações climáticas são cada vez mais constantes, em razão da poluição; a energia sustentável ainda precisa ser mais desenvolvida e, recentemente, a discussão sobre a crise migratória, não permite que a economia avance a passos largos.

Mas, ainda assim, há a necessidade de superar os obstáculos, para no futuro a economia responder à altura do plano global e incentivar os jovens. É um caminho necessário, bem como, implementar reformas, perseguir as responsabilidades políticas fiscais para fortalecer o crescimento sustentável, combater as desigualdades e gerir a migração dos povos com um elevado nível de coesão social e desenvolvimento característicos europeus.

Não há dúvidas que a UE reforça o seu compromisso com o desenvolvimento. Exemplo claro é a Agenda 2030. Em 2015, líderes mundiais adotaram, na Assembleia Geral das Nações Unidas, a Agenda para o Desenvolvimento Sustentável de 2030, em que foi construído o plano mundial para o desenvolvimento sustentável global, tendo em sua essência os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS).

⁷¹ Declaração de Estocolmo (1972), Rio 1992 (1992), Johannesburgo (2002) todos os documentos estão disponíveis em: < <http://www.onu.org.br/rio20/documentos/> > Acesso em 24 de novembro de 2016.

Essa Agenda se tornou um compromisso estabelecido entre os países para erradicar a pobreza e alcançar o desenvolvimento sustentável até 2030 em todo o mundo, garantindo que ninguém seja deixado para trás. A responsabilidade entre os países para a obtenção do resultado é compartilhada. A Agenda 2030 integra, de forma equilibrada, as três dimensões do desenvolvimento sustentável – econômico, social e ambiental – e reflete, pela primeira vez, um consenso internacional de que a paz, a segurança, a justiça para todos e a inclusão social não só devem ser, mas reforçam-se mutuamente.

Uma parceria global que envolve diversas partes interessadas exige um sólido mecanismo de acompanhamento e revisão para garantir o progresso e a responsabilização de todos formando a Agenda 2030. No entanto, embora as mudanças estejam sendo provocadas no sentido de crescimento sustentável, a preocupação com o modelo social europeu ainda permanece. O nível de emprego não tem apresentado variações e os jovens têm continuado sem perspectivas imediatas. Numa sociedade em envelhecimento, as responsabilidades com pensões em muitos Estados-Membros aumentarão significadamente.

É por isso que a prioridade número um, desde o início desta Comissão tem sido a de impulsionar o emprego, crescimento e investimento europeu em termos de desenvolvimento socioeconômico bem-sucedido. Os 60 anos passados devem ser estendidos através da criação de emprego sustentável para proporcionar oportunidades que contribuam tanto com a proteção ambiental quanto com a melhoria na condição de vida das pessoas, para que possam desfrutar do ambiente que visam a proteger.

A evolução dos sistemas jurídicos a respeito da sustentabilidade tem ocorrido de modo gradual, no entanto, ainda inacabada. A elaboração de estratégias normativas em matéria de proteção ambiental tem sido desenvolvida, como por exemplo, através do Relatório de Brundtland, o qual também contribuiu para a adesão da Convenção sobre a proteção das expressões culturais, no ano de 2005, nos Estados Unidos – pois, passou a ser questionado até que ponto estaria a sustentabilidade ligada aos fenômenos culturais.

[...] o eventual reconhecimento de um pilar cultural do desenvolvimento sustentável poderia reforçar a tomada de consciência por parte dos Estados da existência da ligação entre cultura e natureza, e levá-los a ter em conta essa realidade na elaboração das estratégias normativas em matéria de proteção ambiental. Na verdade, é no seio dos sistemas ambientais e, por extensão, nas políticas ambientais dos Estados, que os efeitos das degradações do meio de vida sobre certas culturas vulneráveis deveriam ser tidos em consideração. Aliás, o objetivo do princípio da integração, pedra angular do desenvolvimento sustentável, é fazer com que se

tenham em conta as preocupações não ambientais na elaboração de normas e políticas ambientais.⁷²

O desenvolvimento sustentável tem sido tema para vários debates na Europa. Embora não sendo cumprido e aplicado em sua plenitude, percebe-se um olhar mais atento para as questões que ainda sobrevirão, conjecturando possibilidades, evitando agressões e promovendo o verde. Dessa forma, percebe-se que o que se deve buscar é a aplicação do princípio do desenvolvimento sustentável, como produto da proteção ambiental e da livre iniciativa econômica, permitindo um justo equilíbrio.

[...] o princípio do desenvolvimento sustentável, além de impregnado de caráter eminentemente constitucional, encontra suporte legitimador em compromissos internacionais assumidos pelo Estado brasileiro e representa fator de obtenção do justo equilíbrio entre as exigências da economia e as da ecologia, subordinada, no entanto, a invocação desse postulado, quando ocorrente situação de conflito entre valores constitucionais relevantes, a uma condição inafastável, cuja observância não comprometa nem esvazie o conteúdo essencial de um dos mais significativos direitos fundamentais: o direito à preservação do meio ambiente, que traduz bem de uso comum de generalidade das pessoas, a ser resguardado em favor das presentes e futuras gerações.⁷³

O princípio da sustentabilidade está tutelado na Constituição Portuguesa⁷⁴, como sendo atividade primordial do Estado. O artigo 9º, alínea ‘e’ diz: “Proteger e valorizar o património cultural do povo português, defender a natureza e o ambiente, preservar os recursos naturais e assegurar um correcto ordenamento do território”, o artigo 81, alínea ‘a’ da CRP também dispõe do mesmo princípio alegando as incumbências prioritárias do Estado, sendo uma delas: da terminologia: “Promover o aumento do bem-estar social e económico e da qualidade de vida das pessoas, em especial das mais desfavorecidas, no quadro de uma estratégia de *desenvolvimento sustentável*”.

A dimensão que esse princípio assume de ligar-se à ideia de proteção do ambiente, encontrar o equilíbrio entre preservação natural e melhor qualidade de vida humana, ser

⁷² GUEVREMONT, 2012, p.529-530.

⁷³ (ADI 3540, Mc, Rel. Min. Celso de Mello, DJ 03-02-2006. p.11). BRASIL. Supremo Tribunal Federal. Súmula nº 3540. 2006. p.11. Disponível em: <<http://redir.stf.jus.br/paginadorpub/paginador.jsp?docTP=&docID=4027060&pgI=11&pgF=15>> Acesso em 24 de janeiro de 2017.

⁷⁴ Constituição da República Portuguesa. Disponível em: <<http://www.ministeriopublico.pt/iframe/constituicao-da-republica-portuguesa>> Acesso em 21 de janeiro de 2020.

integrador de políticas públicas, tal qual como ele se mostra no artigo 66.º/2/c, d, e, f, g (política de ordenamento do território, política cultural, política económica e fiscal) não se limita apenas ao sentido ambiental, para o Professor Gomes Canotilho,⁷⁵ o princípio da sustentabilidade, assim como o da democracia, da liberdade, da igualdade é um princípio que depende do resultado da ação humana para ser gerido. Ele é um princípio aberto, não engessado, sem decisões problemáticas. Mas, o autor sustenta que é preciso levantar o imperativo categórico que está na origem do princípio, ou seja, na sua evolução, que de forma prática, os humanos devem gerir suas ações de tal maneira que não vivão à custa da natureza, nem dos outros seres humanos, nem de outras nações, nem das futuras gerações. Seria a sustentabilidade em três dimensões: 1) a interestatal, onde existiria igualdade entre países pobres e ricos; 2) a geracional apontando para igualdade entre os diversos grupos etários da mesma geração e 3) a intergeracional imperativa da igualdade entre os seres humanos no presente e os que virão no futuro.

Quando se trata de sustentabilidade em suas origens históricas, numa abordagem primária é necessário questionarmos quanto à equidade social ou racial. Não há nenhum registro que comprove que já houve entre pessoas de sexo e idades diferentes, origens diferentes, que tenha ocorrido ao mesmo tempo, uma crescente sustentabilidade e prosperidade económica. Comunidades em sua maioria, quando reunidas, mantiveram seus

⁷⁵ “Tal como outros princípios estruturantes do Estado Constitucional – democracia, liberdade, juridicidade, igualdade – o princípio da sustentabilidade é um *princípio aberto* carecido de concretização conformadora e que não transporta soluções prontas, vivendo de ponderações e de decisões problemáticas. É possível, porém, recortar, desde logo, o *imperativo categórico* que está na génese do princípio da sustentabilidade e, se se preferir, da evolução sustentável: os humanos devem organizar os seus comportamentos e acções de forma a não viverem: (i) à custa da natureza; (ii) à custa de outros seres humanos; (iii) à custa de outras nações; (iiii) à custa de outras gerações. Em termos mais jurídico-políticos, dir-se-á que o princípio da sustentabilidade transporta três dimensões básicas: (1) a sustentabilidade interestatal, impondo a equidade entre países pobres e países ricos; (2) a sustentabilidade geracional que aponta para a equidade entre diferentes grupos etários da mesma geração (exemplo: jovem e velho); (3) a sustentabilidade intergeracional impositiva da equidade entre pessoas vivas no presente e pessoas que nascerão no futuro. CANOTILHO, José Joaquim. O Princípio da sustentabilidade como Princípio estruturante do Direito Constitucional. **Tékhnē - Revista de Estudos Politécnicos**. v. 1, n. 13. jun. 2010. Disponível em: <http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1645-99112010000100002> Acesso em 21 de janeiro de 2020

agrupamentos, e *modus vivendi*, no entanto, apresentaram sempre relatos de hostilidade, autoritarismo e crueldade.⁷⁶

Talvez, pela sustentabilidade ter sido vista por muito tempo como um fato limitador do desenvolvimento, após a Revolução Industrial, o fato é que em muitas situações a sustentabilidade era embasada pela ética, numa perspectiva mais holística e não por argumentos ambientais e ecológicos. Mais tarde, em 1987, através do Relatório “Nosso futuro comum” (Our common future), o “conceito político”⁷⁷ de desenvolvimento sustentável foi estabelecido, ficando mais sedimento o que realmente se entendia por sustentabilidade:

“Aquele que atende às necessidades do presente sem comprometer a possibilidade de as gerações futuras atenderem às suas necessidades.”

O renomado autor Gomes Canotilho, destrincha o conceito apresentado na honrosa conferência, e aborda o princípio da sustentabilidade sob duas perspectivas: “sustentabilidade ambiental (em sentido amplo) e sustentabilidade ecológica (em sentido estrito)”.⁷⁸

A sustentabilidade ambiental é o meio como utilizamos os bens e os recursos naturais, para suprir nossas necessidades, sem que com isso exista o esgotamento e haja suprimento para as próximas gerações. É simples: ser sustentável é utilizar e cuidar para que não falte ao

⁷⁶ Para exemplificar tal pensamento, Klaus Bosselmann, em sua obra “The principle of sustainability: transforming law and governance” relatou que sociedades pré-agrícolas como os Aborígenes da Austrália chegaram a durar mais de 60.000 anos. Da mesma forma, sociedades consideradas agrícolas, como no Antigo Egito e os Indus, duraram mais de 5.000 anos, todavia, em todas elas há relatos de opressão, violência e iniquidade. BOSSELMANN, Klaus. **The principle of sustainability: transforming law and governance**. Ashgate: Hampshire, 2008, 11-12.

⁷⁷VEIGA, José Eli da. A emergência socioambiental. São Paulo: Senac, 2007 apud SANTOS, Murilo Giordan; BARKI, Teresa Vilac Pinheiro (Coord.). **Licitações e contratações públicas sustentáveis**. Belo Horizonte: Fórum, 2011. p. 88.

⁷⁸ CANOTILHO, José Joaquim. O Princípio da sustentabilidade como Princípio estruturante do Direito Constitucional. **Tékhnē - Revista de Estudos Politécnicos**. v. 1, n. 13. jun. 2010. Disponível em: <http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1645-99112010000100002> Acesso em 21 de janeiro de 2020

próximo que vai utilizar, formando assim uma cadeia solidária que busca preservar da melhor maneira possível o meio ambiente.

Já a sustentabilidade ecológica é o uso consciente dos recursos naturais hoje pensando nos anos vindouros, através de ações constantes, que se desenvolvam de modo a evitar desgastes e impactos a longo prazo. Todos sabemos que a sociedade consome mais do que é necessário, a demanda industrial é frenética e o impacto no ambiente tende a ser grande. Há, muitas vezes, um uso desenfreado de recursos naturais, como se a eles não houvesse fim, mesmo sabendo-se que muitos deles não são renováveis. Isto resulta em desastres ecológicos, como queimadas e desmatamentos, poluição, pobreza, fome e até extinção de espécies da fauna e da flora. Neste âmbito, é importante que modelos de gestão sustentável sejam incentivados e permitam processos de recuperação do capital financeiro, humano e natural das empresas. Aos governos cabe adotar políticas que visem o desenvolvimento tecnológico sem a agregação aos recursos naturais do planeta. Através do desenvolvimento e adesão de sistemas de monitoramento, ou tratos de cooperação com os demais países de interesse comum. Já nas casas a educação individual e coletiva precisa continuar a ser estimulada, com simples atitudes, como, reciclagem de lixo, economia de energia e outras atividades.⁷⁹

⁷⁹ Professora Carla Amado Gomes em referência a esse artigo do Gomes Canotilho cita: “o exemplo do Fundo das Ilhas Marshall, constituído em 1983 pelos EUA a favor dos cidadãos daquele arquipélago do Pacífico através de um acordo que criou um Fundo de compensação dos danos à saúde e qualidade de vida, dos cidadãos já nascidos e por nascer, provocados pela radioactividade libertada nos ensaios nucleares ali realizados na década de 1950. O Claims tribunal começou a receber pedidos em 1988 e em 2006, dos 150 milhões iniciais que tinha em depósito, só restavam 5 milhões... No plano ecológico, o mecanismo mais próximo é o dos Fundos para compensação ecológica de grandes empreendimentos que degradam a biodiversidade, no contexto das áreas protegidas. Apesar de a Comissão Europeia desaconselhar a contrapartida pecuniária como método de compensação ex ante (no Guidance document on Article 6(4) of the 'Habitats Directive' 92/43/EEC: "Managing Natura 2000 sites. The provisions of Article 6 of the 'Habitats' Directive 92/43/EEC" (2007- 2012) — Clarification of the concepts of: alternative solutions, imperative reasons of overriding public interest, compensatory measures, overall coherence: Opinion of the Commission, 2007), qualificando-a como ultima ratio, há determinados empreendimentos que, pela sua envergadura não se bastam com a realização de medidas compensatórias por equivalente ecossistémico coevas à implantação, necessitando de um acompanhamento posterior que deverá ficar devidamente provido.” GOMES, Carla Amado. **Sustentabilidade Ambiental: Missão Impossível?** Palmas – Brasil. ICJP. 2014. Disponível em: <<https://www.icjp.pt/sites/default/files/papers/palmas-sustentabilidade.pdf>> Acesso em 22 de janeiro de 2020. Ainda que danos dessa grandeza sejam exceção, é indubitável que os riscos devem ser sinalizados e calculados para que os danos possam ser evitados. A participação social e política de ve ser efetiva, prevenindo, protegendo, rediscutindo a matéria e estabelecendo

Para Canotilho⁸⁰:

“A sustentabilidade ecológica deve impor: (1) que a taxa de consumo de recursos renováveis não pode ser maior que a sua taxa de regeneração; (2) que os recursos não renováveis devem ser utilizados em termos de poupança ecológica racional, de forma que as futuras gerações possam também, futuramente, dispor destes (princípio da eficiência, princípio da substituição tecnológica, etc.); (3) que os volumes de poluição não possam ultrapassar quantitativa e qualitativamente a capacidade de regeneração dos meios físicos e ambientais; (4) que a medida temporal das “agressões” humanas esteja numa relação equilibrada com o processo de renovação temporal; (5) que as ingerências “nucleares” na natureza devem primeiro evitar-se e, a título subsidiário, compensar-se e restituir-se.”

O autor apresenta o Tratado de Maastricht, art. 2.º; Tratado de Amesterdão, preâmbulo, art. 2.º, 6.º e 177.º; Carta dos Direitos Fundamentais, art. 37.º, inserida no Tratado de Lisboa (art. 6.º); Tratado sobre o Funcionamento da União Europeia segundo o Tratado de Lisboa, art. 191.º como diplomas legais que no contexto do direito da União Europeia vinculam os Estados-Membros através de um princípio constitucional.

O princípio da sustentabilidade precisa ainda de mais estímulo do poder público e maiores estratégias que o promovam plataformas de sustentabilidade, como: política fiscal de fomento a tecnologia limpa, incentivo para a concretização de políticas energéticas baseadas no uso de recursos renováveis, dentre outros.

acordos. A sustentabilidade não pode ser algo vertical, mas sim entendido e compreendido por toda a sociedade como parte dela como um legado para a próxima geração.

⁸⁰ CANOTILHO, José Joaquim. O Princípio da sustentabilidade como Princípio estruturante do Direito Constitucional. **Tékhnē - Revista de Estudos Politécnicos**. v. 1, n. 13. jun. 2010. Disponível em:<http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1645-99112010000100002> Acesso em 21 de janeiro de 2020

3.2. O MITO DA SUSTENTABILIDADE NOS PAÍSES EM CRISE

A partir do momento em que o modelo econômico vigente incorporou o conceito do desenvolvimento sustentável como alvo para dar novo impulso à sua expansão no cenário internacional do final do século XX, opiniões em massa passaram a defender a sustentabilidade, sem muitas vezes perceber o que ela representa.

O proferimento do discurso em prol do desenvolvimento sustentável é realizado por muitas empresas ou organizações em situações onde elas precisam posicionar favoravelmente suas marcas frente ao mercado e na mente dos potenciais consumidores. Assim, a adequação à nova responsabilidade social e ambiental torna-se uma estratégia proposital para garantir a manutenção crescente dos lucros e a posição positiva do mesmo produto no mercado, construindo a reputação empresarial em torno desse sistema.

No meio empresarial, no sentido mercadológico, a estratégia não é um resultado, mas uma decisão crucial. Ou seja, nesse caso, os dirigentes, deliberadamente, determinam o conceito do mercado, que tipo de imagem será utilizada para facilitar a identificação do produto pelo público, passando então essas informações para os profissionais de *marketing* que utilizarão métodos e técnicas específicas para buscar este objetivo.⁸¹

Quando, então, adjetivos como: sustentável, bio, ecológico ou natural, são utilizados, muitas vezes as empresas o fazem deliberadamente, sem atender aos critérios necessários e exigidos para esta rotulação. E cabe às áreas de *Marketing* e Comunicação trabalharem de acordo com o posicionamento mercadológico que a organização pretende obter, abusando de cores frias, tais como o azul e o verde, que remetem à ideia de natureza, e outras informações, que possam conquistar os consumidores interessados nos produtos e serviços amigos do ambiente.

Não foi difícil convencer a iniciativa privada da rentabilidade que o movimento ambientalista poderia oferecer. O mercado estava carente e aberto a iniciativas variadas, precisava apenas de investimento. Oferecer opções que pudessem agradar aos interessados

⁸¹ Estratégia reconhecida como *top-down*. Oposto ao *bottom up* que foi discutido no capítulo anterior. No *top-down* o processo de desenvolvimento é feito pelos próprios dirigentes, sem necessariamente haver participação do destinatário final.

pelo ecologicamente correto era imergir em um ramo muito lucrativo e que estava em expansão.

Profissionais das mais diversas áreas, como, nutricionistas, profissionais de educação física, psicólogos, médicos, agricultores, passaram a ter oportunidade de aplicar os seus conhecimentos em uma vertente mais voltada para o desenvolvimento sustentável. Pois, quando há uma mudança de comportamento da sociedade, as necessidades também passam a ser diferentes. Entende-se que se o indivíduo respeita a natureza, ele preferirá alimentos livres de agrotóxicos, menos industrializados, com um preço módico, e, conseqüentemente, a qualidade da saúde também vai mudar, mais e mais pessoas vão procurar obter informações quanto à alimentação, à prática de condutas mais ambientalmente corretas, que vão desde usar uma sacola retornável no supermercado, como fazer compra nos mercados de produtores que desenvolvem a agricultura familiar. Esse item estabelece uma relação direta com a segurança alimentar.

O otimismo do desenvolvimento sustentável proporcionou aos governos e empresas uma alternativa viável de desenvolvimento econômico, social e sustentável. Ao tratar a sustentabilidade, a afirmação abaixo implica que a expressão não apresenta apenas um significado, mas diz que:

[...] a sustentabilidade surge no seio do capitalismo, como o novo modo de regulação [...], ou como mais um na história, apto à intensa e extensiva acumulação. Entre crises e ápices, o sistema sempre está à procura de outras normas para seguir avante, com seu modelo dominante. Nesse caso, o capital visa apropriar-se da base material da sociedade, exaltando a sustentabilidade para agilizar, homogeneizar e internacionalizar o espaço geográfico, ora com proveitos regulatórios, ora com proveitos desregulatórios.⁸²

Traduzindo em outras linhas este conceito, muito embora o surgimento do termo sustentabilidade tenha decorrido de impactos negativos ao meio ambiente, devido à mentalidade de produção massiva trazida pela Revolução Industrial, a sustentabilidade, de acordo com o autor, tem um efeito positivo na economia, uma vez que ela dinamiza o mercado e dá uma change à inovação.

O mito da sustentabilidade ocorre da seguinte forma: em um primeiro momento as empresas que apoiam o movimento ambiental, passam a produzir produtos ecológicos, mas

⁸² TEODORO, 2013, p.47.

depois manipulam o discurso ambientalista, surgindo duas identidades ao ecologismo que são estruturadas em duas vias: “a via da ecologia profunda e a via da ecologia superficial.”⁸³

É interessante questionar se as mesmas pessoas que defendem o ambientalismo quando tomam o conhecimento de que uma empresa está desenvolvendo o seu produto com base na exploração indevida dos recursos naturais, ou até mesmo na exploração humana continuam prestigiando-a, e dando espaço a seus produtos nas prateleiras. E a resposta infelizmente é sim. De alguma forma a difusão de discursos e imagens carismáticas por si só, ainda provocam no seu público um tipo de dissonância cognitiva capaz de sublimar a memória do indivíduo e em seu lugar deixar bem posicionado o bom-mocismo corporativo dos grandes anunciantes.

Em tempos de crise, criar mecanismos que desqualifique esse tipo de comportamento é preciso. Existem fortes elementos ideológicos nas mensagens publicitárias que são capazes de construir e redesenhar estilos de vida, além de influir na percepção das pessoas do ponto de vista psicológico. Portanto, o *marketing* ambiental deve ser incentivado com o objetivo de construir uma imagem verídica e poderia ser usado também para esclarecer e apontar quais são as mensagens abusivas e mentirosas.

Seria o caso de utilizar a publicidade para formar uma visão comum e favorável a respeito dos anunciantes que respeitassem o ambiente, mas que também conscientizasse os consumidores quanto à sua responsabilidade no apoio indireto de empresas agressoras. Uma alternativa poderia ser exibir as imagens negativas resultantes de desastres ambientais e as misérias cotidianas geradas pelos danos ambientais já sofridos.

O cuidado deve ser tanto que o discurso ambiental deve estar totalmente desvinculado dos elementos ideológicos da cultura dominante – a mesma ideologia que naturaliza as práticas de desenvolvimento econômico predatório e as embala em um discurso ambiental descomprometido com princípios éticos. Nesse propósito, a mídia deveria assumir o papel de clarear a memória do povo, mostrando sempre o passado e as suas consequências negativas sobre o ambiente para os que dela fazem uso.

Quando utilizarem a conceituação de desenvolvimento sustentável, as corporações devem ser fieis ao que ele representa. As propagandas e estratégias utilizadas para demonstrar

⁸³ LAYARGUES, 1998, p.98.

comprometimento ambiental e responsabilidade social devem ser transparentes, contribuindo para uma mudança na compreensão do que realmente é sustentabilidade, ao menos, para aquele que antes consumia a sustentabilidade sem nem ao menos entender os porquês.

A ressonância da transformação do comportamento voltado para o consumo ecológico deve andar em conjunto com a verdadeira ideologia sustentável, desmistificando a ideia que foi construída ao longo desses anos, fruto da estratégia mercadológica das organizações que se utilizaram de mecanismos de *marketing* e comunicação para responder à crise ambiental.

Obviamente, que não é por todos que a sustentabilidade tem sido praticada de modo irregular, mas independentemente de números, a consciência ambiental deve ser despertada para o mito ser reconstruído no processo de globalização, promovendo um verdadeiro encontro do ser humano com o meio ambiente, e o que ele significa.

A conscientização sobre a necessidade de mudança e os limites da economia linear despertou o interesse pelo desenvolvimento de um novo modelo de organização econômica. Dentro desse espaço, nasceu a necessidade de restaurar e reutilizar materiais, componentes e produtos, utilizando-os de forma cíclica, conceito que é chamado de *economia circular*.⁸⁴ A coletividade se fortalece de forma sustentável quando investe em iniciativas que contribuam para a geração de novas mentalidades, conhecimentos e comportamentos. Isto coloca o desafio de questionar a lógica de insustentabilidade, expandindo o acesso aos canais que multiplicam ideias e práticas transformadoras que apresentam visões alternativas e promovem a corresponsabilidade na sociedade.

Além de promover a alteração nos moldes de consumo, a fim de utilizar o mesmo material de modo diferente, esse conceito apoia o consumo de produtos de melhor qualidade, mais duráveis, com um “design regenerativo”, que podem sempre ser reutilizados, ou seja, que estejam associados ao conceito de “life-cycle management”, o produto é utilizado como matéria prima de forma repetida em ciclos. É extremamente necessário que o uso racional dos

⁸⁴ A *economia circular* é um conceito também conhecido como “*cradle to cradle*” (do berço ao berço), onde o próprio resíduo seria reutilizado continuamente pela natureza, sempre num novo ciclo. No meio industrial, seria como reutilizar uma peça na produção de um novo produto. Aqui se repensa as práticas econômicas, não se limitando aos três “R”s - reduzir, reutilizar e reciclar, propagado quando se fala em sustentabilidade, mas visa evitar o sistema produtivo linear (explorar a matéria-prima, produzir o bem e depois descartá-lo), mas sim busca restaurar o resíduo em insumo, em uma nova matéria-prima.

recursos seja pensado, assim menos resíduos são gerados (“*design out waste*”). Saber separar as substâncias puras, as não tóxicas e as segregáveis para dar a elas o devido reaproveitamento. Entender também que quanto mais tempo um produto fica no mercado, mais tempo ele pode ser reaproveitado.⁸⁵ Enfim, entender a economia verde como um meio altamente capaz de trazer positivos resultados econômicos à sociedade, sobretudo em situações em que há altos níveis de desemprego.

As diferentes abordagens ao longo da cadeia variam entre modernizar, transformar, reciclar, reparar, dentre outros e tem sido estimulado por diversos países.

Na legislação italiana, o decreto legislativo, “Norme in materia ambientale”⁸⁶, de 3 de abril de 2006, n. 152, em sua parte quatro, trata da matéria sobre a gestão de resíduos e disciplina que:

ART. 181
(recupero dei rifiuti)

1. Ai fini di una corretta gestione dei rifiuti le pubbliche amministrazioni favoriscono la riduzione dello smaltimento finale dei rifiuti attraverso:

- a) il riutilizzo, il reimpiego ed il riciclaggio;
- b) le altre forme di recupero per ottenere materia prima secondaria dai rifiuti.
- c) l'adozione di misure economiche e la previsione di condizioni di appalto che prescrivano l'impiego dei materiali recuperati dai rifiuti al fine di favorire il mercato di tali materiali;
- d) l'utilizzazione dei rifiuti come mezzo per produrre energia.

⁸⁵ Comissão Europeia (COM, 2014a), o melhor uso dos recursos naturais, especialmente quando em cascata, tende a trazer retorno econômico e ambiental para a Europa. Disponível em <<https://ec.europa.eu/transparency/regdoc/rep/1/2014/PT/1-2014-398-PT-F1-1.Pdf>> Acesso em 23 de janeiro de 2020.

⁸⁶ Art. 181 (recuperação de resíduos). 1. Para fins de uma correta gestão de resíduos, as administrações públicas favorecem a redução da disposição final de resíduos através de: a) reutilização, dar novo destino/uso e reciclar; b) outras formas de recuperação para obter matéria-prima secundária a partir de resíduos; c) a adoção de medidas econômicas e o fornecimento de condições de aquisição que prescrevam o uso de materiais recuperados a partir de resíduos, a fim de favorecer o mercado desses materiais; d) o uso de resíduos como meio de produção de energia. (Decreto Legislativo 3 aprile 2006, n. 152, Parte Quarta, Titolo I, Capo I, Art. 181 a, b, c, d, tradução nossa.). Pubblicato nella *Gazzetta Ufficiale* n. 88 del 14 aprile 2006 - Supplemento Ordinario n. 96. Disponível em: <<https://www.camera.it/parlam/leggi/deleghe/06152dl3.htm>> Acesso em 26 de janeiro de 2020.

A política de resíduos tem sido um incentivo à inovação e levado os italianos a criarem mudanças comportamentais. A reutilização e reciclagem de resíduo, quando transformado em recurso representa o desfecho do círculo nos sistemas de economia circular. Embora não seja tão fácil a mudança de comportamento, não há possibilidade de mudança se as pessoas não adotarem práticas diferentes e assim passarem a também serem parte no cuidado do ambiente. Escolhas saudáveis são frutos de pensamentos saudáveis e isso vem da educação do consumidor.

Carla Amado Gomes, sobre “O plástico, a nova praga ambiental”⁸⁷ diz:

“É preciso que o plástico seja gradualmente “descontinuado” no seu uso e que o plástico descartado seja recolhido para reutilização, reciclagem ou, no limite, destruição com metodologias seguras e limpas — esses ónus cabem aos produtores. Mas o consumidor, como se viu, desempenha aqui um papel decisivo na reconversão de hábitos e na entrega dos plásticos para a sua próxima vida. A educação ao consumidor é, assim, uma tarefa ineliminável dos Estados, a par do apoio a investigação científica que permita encontrar alternativas adequadas e ecologicamente sãs. Campanhas de sensibilização, bem como “liderança pelo exemplo” são, portanto, pilares fundamentais da estratégia de redução do uso de plásticos, constituindo as Administrações Públicas, pela empregabilidade que proporcionam e pela visibilidade social que detém, pontos focais de disseminação das novas práticas.”

Segundo o documento da “Proposta de Decisão do Parlamento Europeu e do Conselho relativa a um programa geral de ação da União para 2020 em matéria de ambiente «Viver bem, dentro das limitações do nosso planeta»” emitido pela comissão europeia em 29/11/2012: “Cada ano, são produzidas na UE 2,7 mil milhões de toneladas de resíduos, incluindo 98 milhões de toneladas de resíduos perigosos. Em média, apenas 40% dos resíduos sólidos são reutilizados ou reciclados. O restante segue para aterros ou incineração. Em alguns Estados Membros, são reciclados mais de 70%, o que demonstra que os resíduos poderiam ser

⁸⁷ GOMES, Carla Amado. O plástico, a nova praga ambiental. Disponível em< https://huespedes.cica.es/gimadus/35/35_02-plastico.html> Acesso em 25 de janeiro de 2020.

aproveitados como um dos principais recursos da UE. Entretanto, muitos Estados-Membros depositam em aterros mais de 75% dos seus resíduos urbanos.”⁸⁸

Gerenciar todas as etapas dos resíduos urbanos, evita vários problemas, principalmente de ordem social e ambiental. No entanto, precisa de soluções conjuntas entre governantes e a sociedade, para que uma gestão estratégica seja implementada e “métodos” certos sejam aplicados.

A gestão dos resíduos constitui um serviço essencial à população, envolve o estilo de vida do indivíduo, o modo de produção da indústria, o tipo de serviço desenvolvido pelo Estado. Esses serviços para tanto obedecem à alguns princípios, quais sejam, o da eficiência, equilíbrio social, universalidade do acesso, dentre outros.

João Miranda afirma que as normas ordenadoras do ciclo de gestão de resíduos, desde a sua disciplina até a sua produção e à sua transformação ou eliminação, são essencialmente normas administrativistas. Regem relações jurídicas entre produtores ou detentores e a Administração Pública, destinadas a definir direitos e deveres de cada um dos intervenientes ou responsáveis pelos momentos ou operações em que se desdobra esse ciclo.⁸⁹

O Decreto-Lei n.º 152-D/2017 ⁹⁰, de 11 de dezembro, traz as alterações mais recentes na Lei de Resíduos (Decreto-Lei n.º 178/2006), pois aqui o Governo português estabeleceu, no Programa Nacional de Reformas, que a prevenção e a gestão dos itens descartados seria promovida de modo que se alinhasse ao ciclo de vida de cada produto. Foi ainda adotado um Plano de Ação para a Economia Circular, aprovado pela Resolução do Conselho de Ministros n.º xx/2017, no qual, várias medidas de gestão e sociais foram promovidas com o fim de estimular o crescimento económico, aumentando a taxa de reuso e reciclagem dos resíduos e consequentemente diminuindo o fluxo destes destinados aos aterros.

⁸⁸ Ponto 37 da proposta – ainda em fase de avaliação – de Decisão do Parlamento Europeu e do Conselho relativa a um programa geral de Acção da União para 2020 em matéria de ambiente “Viver bem, dentro das limitações do nosso planeta”, COM(2012) 710 final. Disponível em: < <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2012:0710:FIN:PT:PDF> > Acesso em 23 de janeiro de 2020.

⁸⁹ MIRANDA, João. **Direito dos Resíduos**. ICJP, Lisboa, 2014. p. 350.

⁹⁰ Disponível em: < http://www.pgdlisboa.pt/leis/lei_mostra_articulado.php?nid=2953&tabela=leis&ficha=1&pagina=1&so_miolo=> Acesso em 26 de janeiro de 2020

O princípio da prevenção e o princípio da responsabilidade alargada do produtor estão claramente marcados nesse diploma. Uma vez que, é inegável que a gestão de resíduos se preocupa com a preservação do ambiente para esta e para as gerações vindouras. Permitir que determinado item tenha um novo destino, com qualidade, evita que ele degrade o ambiente e continua sendo economicamente rentável.

Para empresas que procuram obter uma certificação ambiental, a prevenção do dano, se faz necessário. Existe a necessidade *sine qua non* de optar por escolhas que protejam o ambiente. Promover serviços que protegem a biodiversidade e as florestas, favorecer a sustentabilidade e a proteção ambiental, reduzir gases do efeito estufa, optar por matrizes energéticas renováveis e gerir os resíduos são exemplos de medidas que diminuem o impacto ambiental e requeridas em processos de certificação verde.

Muito embora a consciência ecológica não tenha sido ainda contemplada pela grande maioria das pessoas, importa registrar que os procedimentos adotados em prol do ambiente devem continuar a ser praticados e aprimorados, ou o dano será maior.

Seja na esfera administrativa ou no judiciário, alternativas como, a avaliação do impacto ambiental (AIA), a possibilidade de ajuizamento de ações preventivas que evitem o dano, as sanções e licenças são instrumentos que ajudam a evitar o dano ambiental.

O princípio da responsabilidade alargada do produtor, de acordo com o artigo 10.º-A do decreto-lei n.º 73/2011, de 17 de junho (corresponde a terceira alteração do decreto-lei n.º 178/2006), transmite ao produtor a responsabilidade total ou parcial dos impactos que o produto e posteriormente os seus resíduos podem causar ao ambiente até a extinção de seu ciclo de vida. Pode haver a responsabilização física ou financeira. Essa exigência legal fará com que o produtor trabalhe no mercado de modo mais cuidadoso, produzindo menos e com mais qualidade, informando tipo e quantidade de produtos, quando exido em lei.

No tocante a responsabilização parcial, todos que participarem do processo, tais como, os produtores, distribuidores, comerciantes, utilizadores e operadores poderão responder pela degradação causada ao ambiente. Esta corresponsabilização procura tornar democrático e sustentável o descarte dos resíduos, promovendo o gerenciamento do ciclo de vida dos produtos e atribuindo valor econômico ao processo. Não é penoso para o produtor reciclar ou reutilizar um bem.

Obviamente, a economia circular não trata apenas da reciclagem e gestão de resíduos, mas também trata do incentivo para a estratégia climática visando poupar energia e reduzir a emissão de gases do efeito estufa, promover a utilização sustentável de produtos biológicos, dentre outros.

E para pensar e pesquisar ainda mais esse assunto, a Europa continua investindo em inovação e pesquisa científica, como por exemplo, através do Programa-Quadro Horizonte 2020 que é um quadro voltado para um crescimento inteligente, sustentável e inclusivo, baseado em três vertentes: excelência científica, liderança industrial e desafios societais. Se busca com isso a produção de ciência e tecnologia de craveira mundial na Europa, para que seja possível sustentar o crescimento econômico.⁹¹

3.3. *MARKETING* VERDE: A ECOLOGIA COMO APELO PERSUASIVO

O *marketing* verde, também conhecido como *marketing* ecológico ou *marketing* ambiental, é uma modalidade que se deriva do *marketing* tradicional, que procura estabelecer estratégias que promovam produtos ambientalmente corretos. O *marketing* tradicional é destinado a promover, fazer campanhas publicitárias de produtos em geral, sem nenhuma vertente ambiental. Já o *marketing* verde é mais específico. Tem por finalidade desenvolver ideias que estabeleçam uma comunicação entre o produto ecológico e ao consumidor. O *marketing* ambiental compreende:

[...] o conjunto de atividades planejadas para gerar e facilitar trocas voltadas a satisfazer as necessidades e desejos humanos, de modo que a satisfação destas necessidades e desejos ocorra com o mínimo impacto sobre o meio ambiente.⁹²

Esse conceito passou a ser discutido, quando, no final da década de 1960 e início da década de 70, o dever social das empresas, especialmente, com o *marketing* passou a ser questionado, muito em virtude da crescente onda verde que as pessoas vinham

⁹¹Disponível em: https://ec.europa.eu/programmes/horizon2020/sites/horizon2020/files/H2020_PT_KI0213413PTN.pdf Acesso em 26 de janeiro de 2020

⁹² POLONSKY, 1994, p.2.

experimentando. A mudança de comportamento por parte dos consumidores, suas preferências por produtos que destacassem sua preocupação para com o meio ambiente, passou a influenciar e a incentivar uma mudança nas estratégias que eram adotadas para promoção dos produtos ou serviços, necessitando assim desenvolver um *marketing* que divulgasse as vantagens dos produtos ecológicos.

Foi nesse contexto que o *marketing* passou a expandir suas concepções e a investir na qualificação de profissionais que entendessem esse processo novo, passando a atuar em um novo campo da atividade social, o ambiental. Em resultado deste cuidado com o bem-estar socioambiental, foi necessário que se desenvolvesse um *marketing* cujo objetivo fosse atender as questões referentes ao desenvolvimento e crescimento de mercado e a preservação do ambiente, através da responsabilidade social e ambiental.

A respeito desse processo transformatório com o “esverdeamento” do *marketing*, pressionado pelos avanços dos movimentos ambientais, surgiram novos conceitos no ramo do *marketing*.

O movimento ambientalista em expansão foi apelidado de movimento verde; os consumidores com consciência ambiental foram chamados de consumidores verdes; produtos planejados para proteger o meio ambiente foram chamados de produtos verdes; e, é claro, o *marketing* que apela para reivindicações ambientais, de *marketing* verde.⁹³

O *marketing* ambiental passou a incluir em suas atividades algumas mudanças em processos produtivos, embalagem, modificações de produtos, até mesmo na forma da publicidade e da propaganda, pois o produto não precisava apenas ser ambientalmente correto, mas parecer ambientalmente correto. As empresas precisam ser verdes e transparecer isso. Com isso, os profissionais de *marketing* tiveram que trabalhar não apenas questões internas de produção, mas também as externas, para estabelecer melhor contato com os consumidores e impactar a qualidade de vida das pessoas.

O *marketing* trabalha em cima de resultados, pesquisas, e aumentar a venda do que está sendo apresentado, é uma das funções dessa estratégia e infelizmente acaba aumentando o crescimento sobre o consumo. Porém, os consumidores verdes são caracterizados por analisarem as consequências ambientais da compra daquele produto, qual o impacto que isso traduzirá para a natureza. Por exemplo, esses clientes são atentos ao que diz respeito à embalagem, se são degradáveis ou descartáveis, se podem ser reaproveitáveis, se o mesmo

⁹³ SCHIFFMAN; KANUK, 2000, p. 443.

recipiente pode ser usado mais de uma vez, fazendo assim só a reposição do produto adquirido, dentre outros exemplos.

Geralmente, os consumidores verdes são mais bem informados e são formadores de opinião, influenciam em casa, na vizinhança, no trabalho, despertando poucos, mas fieis interessados em dar sua contribuição na proteção ambiental.

Pesquisas e dados empíricos sugerem que o consumidor verde típico é uma mulher instruída, afluenta e politicamente liberal; é motivada não só pelo desejo de proteger sua saúde e a de seus filhos, como também de preservar o planeta para gerações futuras. O fato de as mulheres estarem na dianteira do verde não pode ser subestimado, pois além de compradores primários, elas influenciam as decisões de compra do restante da sociedade e da geração seguinte.⁹⁴

Sendo assim, cabe ao consumidor a tarefa de entender e diferenciar o apelo ecológico usado como argumentação de venda e sua efetiva ação ambiental. Está claro que as ações do *marketing* verde não têm por objetivo eliminar todo e qualquer desgaste ambiental, pois é natural que, ainda que de modo responsável e equilibrado, algumas ações do homem possam trazer impactos, mas o *marketing* ambiental posiciona-se na direção de reduzir o impacto do consumo no meio ambiente.

E, para formar uma estratégia eficiente, unir o *marketing* com o ambiente enriquece o selo ecológico. Pois, essa estratégia faz com que informações claras e verídicas sejam passadas aos consumidores, promovendo uma comunicação entre ambos. Além do mais, uma empresa considerada amiga do ambiente não se preocupa apenas com o produto final, mas ela aplicará em todos os processos, a partir da fabricação e produção dos bens de consumo, até sua desenvoltura no mercado com a venda do que foi produzido, ou sua relação com os funcionários, ela procurará atender aos critérios exigidos para não causar impacto à natureza.

Uma estratégia de *marketing* ambiental interessante e de acordo com a sustentabilidade é a chamada de três R da sustentabilidade, quais sejam: reciclar, reutilizar e reduzir, em toda a empresa. Estimula-se assim a ampliação da consciência dos colaboradores e firma-se a sustentabilidade como um dos valores da companhia. Assim, a empresa acaba por influenciar ainda seus fornecedores e clientes, contribuindo ativamente para o alinhamento da sociedade em geral na busca por práticas ecologicamente viáveis.

⁹⁴ OTTMAN, 1994, p. 26.

Alguns fatores são obstáculos que dificultam que as empresas possam ser totalmente ecológicas, como por exemplo: o custo, a produtividade, a manutenção. Nota-se, por exemplo, que produtos orgânicos normalmente tem seu cultivo mais custoso do que aqueles cujo cultivo é feito à base de agrotóxicos e sem os devidos cuidados ao meio ambiente. O mesmo pode ser visto em alguns produtos e matérias-primas provenientes de empresas que tem selos verdes e certificações ambientais, pois estas precisam de processos mais robustos e que sejam mais meticulosos em termos ambientais, o que, por vezes, os torna mais onerosos. Assim, a empresa estará reduzindo custos como água ou energia, ao reciclar e reutilizar materiais, todavia ela corre riscos de aumentar o seu custo produtivo e o custo de seus insumos básicos que atendam as boas práticas ambientais, como as suas embalagens.

Nesse interim surge a importância de pesquisas de mercado, visto que através delas é possível medir o nível de interesse dos consumidores aos produtos ecologicamente sustentáveis e consolidar o alcance à novos mercados que realmente enxergem valor nestes produtos. Além disso, torna-se possível melhorar a cadeia de suprimento destes, estabelecendo-se novas parcerias, encontrando fornecedores confiáveis e direcionando os investimentos em ações sociais que realmente conscientizem a população.

Embora o *marketing* verde seja um meio de conscientização das pessoas e deva buscar verdadeiros ganhos ambientais, tornou-se usual muitas empresas divulgarem propagandas onde afirmam atuarem de modo ecologicamente correto com o intuito de angariar novos clientes. Isto se dá, pois muitos consumidores quando vêem no envólucro do produto que o mesmo diz verde, acabam adquirindo-os sem mesmo questionar a veracidade e/ou a qualidade da informação ali expressa. Como o comportamento de boa parte da população tem mudado e se mostrado cada vez mais favorável à sustentabilidade, várias empresas acabam usando destas estratégias de convencimento baseadas no *marketing* verde para aumentar sua clientela. Sobre os variados rótulos existentes no mercado, corrobora a afirmação a seguir.

*There is a proliferation of various labels, claims and additions to the name of the product like: eco, bio, natural, organic, recyclable, etc. These kinds of claims are usually used arbitrarily and it is often unknown on which criteria they are based. Therefore they are frequently under criticism and attack by different interest groups.*⁹⁵

⁹⁵Em português: “Há uma proliferação de vários rótulos, reivindicações e adições ao nome do produto como: eco, bio, natural, orgânico, reciclável etc. Esses tipos de reivindicações são geralmente usados arbitrariamente e muitas vezes é desconhecido em que critérios se baseiam. Portanto, eles são frequentemente criticados e atacados por diferentes grupos de interesse” ((HAM et al., 2008, p.95, tradução do autor).

Em relação aos produtos naturais e orgânicos, há uma tendência mundial pelo seu consumo nos últimos anos, muito em virtude de as pessoas estarem procurando adotar uma alimentação mais saudável e evitar produtos da indústria moderna que, embora sejam alimentos mais práticos, rápidos de preparar, apresentam uma quantidade de químicos e conservantes muito grande, favorecendo o aparecimento de doenças.

Não é suficiente falar a linguagem verde; as companhias devem ser verdes. Longe da questão de apenas fazer publicidade que muitos comerciantes perceberam originalmente, a abordagem satisfatória de preocupação ambiental requer um esverdeamento completo que vai fundo na cultura corporativa. Somente por intermédio da criação e implementação de políticas ambientais fortes e profundamente valorizadas é que a maioria dos produtos e serviços saudáveis podem ser desenvolvidos. É só por meio da criação de uma ética ambiental que abranja toda a empresa que estratégias de *marketing* podem ser executadas.⁹⁶

Atualmente, as empresas devem agir com responsabilidade ambiental, sob o risco de danificarem a sua imagem se não o fizerem. Cada vez mais as empresas procuram estratégias que facilitem a sua comunicação com o público e trabalham a aceitação do produto no mercado. Como os produtos verdes costumam custar mais, são em si mais caros que os tradicionais, as empresas devem analisar o impacto social, cultural, ambiental e econômico que a sociedade sofrerá e devem procurar minimizar os transtornos e facilitar o acesso. Não devem visar apenas ao lucro e repassar todo o custo para o consumidor, dificultando a relação de consumo.

Uma das alternativas que deve ser trabalhada para equalizar a balança e se desvencilhar desta problemática dos custos é a real conscientização da população em relação às práticas verdadeiramente sustentáveis. Pois, embora hajam diversos selos e certificados que realmente atestam que um produto é considerado verde e as empresas podem corretamente utilizá-lo como garantia de seu comprometimento com o meio ambiente, parte da população que ainda não despertou para essa necessidade de produção e consumo sustentável acaba não adquirindo estes produtos meramente pelo seu valor financeiro mais elevado.

A conscientização da população deve ir além, pois outro hábito que se vê no mercado são consumidores que ao adquirirem produtos verdes acreditam que já realizaram plenamente

⁹⁶ OTTMAN apud Dias, 2009, p. 142.

seu papel social de preservação ambiental. Assim, estas pessoas acabam negligenciando outras atitudes ecologicamente corretas e fundamentais a manutenção do meio ambiente, como a reciclagem. Atitudes estas que, também, fazem parte da responsabilidade ambiental dos indivíduos e que devem ser encaradas com real seriedade.

O *marketing* verde não se limita a promover itens recicláveis que tenham certificação ambiental. Este *marketing* tem o poder de cobrar das companhias um especial empenho para serem ambientalmente corretas na plenitude de suas ações e, com isso, exigir profundas alterações na cultura organizacional das mesmas.

3.4. *GREENWASHING*: *MARKETING* AMBIENTAL OU PROTEÇÃO AMBIENTAL?

A comercialização do meio ambiente

Greenwashing foi um termo utilizado por ativistas ambientais para relatarem casos em que alguns empresários, ou algumas marcas se aproveitaram de situações em que usaram de uma imagem ambiental positiva, mas que não estava de acordo com a realidade, ou, literalmente, é quando as companhias tentam ludibriar, enganar os consumidores afirmando práticas das quais não utilizam ou até mesmo é quando em relação aos benefícios ambientais que, teoricamente, um dado produto ou serviço apresentariam.

Através da etimologia da palavra *greenwash*, que por uma tradução própria em inglês podemos entender como “banho verde”. Para dizer quando algo não é verdadeiro, mas que demonstrar ter uma aparência ecológica.

O *greenwashing* é uma prática anti-ética e ilegal, que compromete a segurança do ambiente, alimentar e social, pois busca vender uma ideia equivocada do produto, interferindo no poder de escolha do consumidor. Ao lançar uma imagem verde em sua comunicação e não publicar também as informações negativas relativas ao produto, a empresa induz o consumidor a acreditar estar adquirindo um produto ecologicamente correto, quando isso, não condiz com a realidade.

Vale trazer à análise três casos em que o Conselho Nacional de Autoregulação Publicitária – CONAR – no Brasil, barrou nos meses de março e abril de 2017 as campanhas publicitárias de três das maiores montadoras automobilísticas do país: Ford, Fiat e General Motors, todas por praticarem o greenwashing.⁹⁷

No Caso da Ford Ecoboost, a empresa veiculou uma publicidade na internet de motorização da Ford, denominada Ecoboost, prometendo desempenho superior com menor consumo de combustível e emissão de gases. No entanto, o Ford Fusion, outro modelo da marca, que também apresenta o mesmo motor, foi apontado pelos consumidores por não apresentar esse mesmo benefício, logo não teria classificação elevada no Programa Brasileiro de Etiquetagem. Por isso, os consumidores entenderam que a atitude da empresa foi anti-ética ao usar o apelo de sustentabilidade para tornar o produto mais atraente ao público. A Ford alegou, em sua defesa, preliminarmente incompetência do CONAR para deliberar sobre uma marca registrada, como o é Ecoboost, devidamente registrada no INPI. No mérito, a anunciante defendeu a veracidade das informações, juntando estudos que comprovam as vantagens prometidas. O autor do voto vencedor concordou com o argumento da defesa, de que o uso da marca Ecoboost escapa às atribuições do CONAR. No entanto, considerou injustificado o uso de expressões de superioridade nas frases "equilíbrio máximo entre potência e economia" e "o resultado é uma alta performance", "maior economia de combustível" e "baixa emissão de CO2". E ele considerou que os documentos comprobatórios do desempenho do carro e de todo o contributo ecológico juntados pela Ford não permitem tal afirmação. Seu voto, pela alteração das duas alegações de superioridade, foi acompanhado pela maioria. Caso: Ford Ecoboost, Mês/Ano Julgamento: março/2017, Representação nº263/16, Autor(a): Grupo de consumidores, Relator(a): Conselheiro Rubens da Costa Santos, Câmara: Sexta Câmara, Decisão: Alteração, Fundamentos: Artigos 1º, 6º, 27, 36 e 50, letra "b", do Código seu Anexo U.

Outro caso que cuja prática de greenwashing se faz clara é de um lançamento de um "Pneu Superverde" da Fiat, que teve seu lançamento em abril de 2017 no Brasil, sem explicação adicional. O produto foi apenas apresentado com este título. Os consumidores procederam com a denúncia ao CONAR e em sua defesa a montadora disse que não havia natureza publicitária nenhuma o termo do produto, muito embora, o pneu seja capaz de

⁹⁷ Os casos a seguir estão disponíveis no site do CONAR, pelo endereço eletrônico: <<http://www.conar.org.br/>> Acesso em 10 de fevereiro de 2020.

reduzir o consumo de combustível. O relator de primeira instância concordou com os termos da denúncia e entendeu que o anúncio contém apelos de sustentabilidade, por isso propôs a alteração. Voto acolhido por unanimidade. A Fiat recorreu da decisão, mas a câmara revisora também seguiu o relator do recurso. Caso: Fiat - Pneu Superverde, Mês/Ano Julgamento: abril/2017, Representação nº265/16, em recurso ordinário, Autor(a): Grupo de consumidores, Relator(a): Conselheiro: Vítor Moraes de Andrade e Herbert Zeizer, Câmara: Primeira Câmara e Câmara Especial de Recursos, Decisão: Alteração, Fundamentos: Artigos 1º, 6º, 27, 36 e 50, letra "b", do Código seu Anexo U.

E por fim, a grande General Motors foi questionada por usar os termos "ECO" E "Sistema ECO" na divulgação dos modelos Onix e Cobalt da Chevrolet. Segundo os denunciantes, a associação se utiliza desses termos para ludibriar os consumidores, uma vez que os automóveis não desempenhariam bons níveis de consumo e poluição. A motadora apresentou defesa ao CONAR e disse que deu informações sobre o desempenho dos modelos no Programa Brasileiro de Etiquetagem Veicular. A relatora reconheceu o apelo à sustentabilidade e propôs alteração. A maioria seguiu o voto. Caso: Chevrolet ECO, Mês/Ano Julgamento: abril/2017, Representação nº269/16, Autor(a): Grupo de consumidores, Anunciante: GM do Brasil, Relator(a): Conselheira: Natalie D'Urso, Câmara: Quinta, Sexta, Sétima e Oitava Câmaras, Decisão: Alteração, Fundamentos: Artigos 1º, 6º, 27, 36 e 50, letra "b", do Código seu Anexo U.

Como podemos analisar, em todos os casos as marcas foram autuadas e ainda assim se defenderam dizendo não estar praticando nenhuma infração, pois não escolheram de forma consciente veicular nenhuma publicidade que tivesse o cunho ecológico. Mas o que pode ser percebido é que os consumidores estão mais atentos a esse tipo de prática e estão buscando a ajuda de órgãos capazes de punir as marcas que sem pudor enganam e utilizam falsas informações para promover o seu produto.

O Pagotto⁹⁸ TESTE simplifica o greenwashing como a prática por meio da qual empresas buscam associar seus produtos ou serviços – seja valendo-se de símbolos e apelos visuais ou de discursos falaciosos - a qualidades “ecoamigáveis” sem que existam fundamentos que corroborem essa associação entre produto e proteção ambiental a fim de que

⁹⁸ PAGOTTO, 2013, p. 70.

mascarar seu parco comprometimento socioambiental ou mesmo ludibriar seu público a fim de que este não tome conhecimento de suas práticas manifestamente insustentáveis.

De outro modo, à proporção que a sociedade e a mídia se tornam mais esclarecidas e mais sofisticadas deixam as estratégias das organizações em sua comunicação, e, portanto, dos abusos da propaganda ambiental⁹⁹. O discurso tem mudado e algumas propagandas enganosas têm se tornado mais sutis.

Os rótulos são muitas vezes utilizados como artifício de engano pelas marcas que querem atrair os consumidores que se interessam pelo estilo de vida mais saudável ou amigo de ambiente, mas que não querem propriamente se submeter a legislação ambiental. Muitos se utilizam dos tons de verde, desenhos que remetem à natureza ou terminologias como “ECO”, “BIO”, “GREEN”, dentre outras que levam o consumidor a pensar que transmitem o consumo consciente à que a grafia o remete.

A impressão de que existe uma falsa certificação apenas para dar uma falsa segurança ao consumidor, ou distraí-lo em relação a informações de cunho obrigatório, distraíndo-o de informações que estão na verdade causando grande impacto ambiental, também se configura greenwashing.

O consumidor deve estar atento ao que se lança ao selo, pois reflete muito mais sobre o caráter da marca que ele consume e sobre o produto que está no mercado. E nesse sentido, se não houver uma fiscalização adequada, e se não houver atenção e leitura, qualquer um pode ser o próximo alvo.

3.5. ECONOMIA VERDE: DA ECO-INOVAÇÃO AO *ECO-DESIGN*

O desenvolvimento econômico e o uso exaustivo dos recursos naturais foram determinantes para o surgimento de políticas públicas que promovessem o inverso, que defendessem o crescimento da economia de modo sustentável, pensando na qualidade da vida

⁹⁹ A *Advertising Standards Authority* é um regulador de publicidade do Reino Unido para todas as mídias. Aplicam-se os códigos de publicidade que são escritos pelos comitês de prática publicitária. Investigam as denúncias e verificam proativamente a mídia para tomar medidas contra a publicidade enganosa, nociva ou ofensiva.

humana e na perpetuação do ambiente natural para as futuras gerações, como já foi citado anteriormente.

A economia já apresentava indícios de não preservação ambiental, o consumo e atos contínuos eram muito agressivos ao ambiente, o mundo passou a experimentar uma nova forma de desenvolvimento econômico, conhecida por Economia Verde ou Green Economy, em que são adotadas estratégias de crescimento econômico sem impactar o ambiente, primando assim pela eficiência dos recursos naturais.

O PNUMA, Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente, diz que a Economia Verde – IEV, ou GEI - *Green Economy Initiative*, em inglês, lançada em 2008, é aquela voltada para o incentivo do consciente verde, na qual os princípios da sustentabilidade são levantados, alterando atitudes e criando planos de ação, a fim de melhorar a saúde e a vida humana, proporcionando os mesmos direitos para todos, à medida que os danos ambientais e a escassez ecológica são extintos.

Nessa sugestão de desenvolvimento, é importante que estratégias sejam criadas para recuperação do capital natural afetado, destacando-o como recurso gerador de desenvolvimento ambiental e econômico, causador de benefícios públicos, principalmente para a população menos favorecida economicamente, para a qual qualquer desequilíbrio ambiental afeta diretamente o seu bem-estar e sua fonte de sustento.

Nos lugares em que há desequilíbrio pluvial, por exemplo, ou secas prolongadas muitas comunidades são destruídas pela chuva intensa ou perdem a criação por falta de água. Em ambos os casos, o desequilíbrio afeta os sistemas naturais e trazem prejuízo. Porém, através de uma alternativa mais verde há o crescimento da economia aliada à ecologia.

O Relatório de Economia Verde (REV), cuja publicação é datada em fevereiro de 2011, e sua versão compacta é intitulada: *Rumo a uma Economia Verde: Caminhos para o Desenvolvimento Sustentável e a Erradicação da Pobreza*, é um documento onde profissionais de vários países escreveram sobre o que a transição da Economia Tradicional para a Economia Verde. Segundo o relatório, as taxas do PIB – produto interno a nível global – aumentaria, e as taxas de emprego também alcançariam uma taxa maior, à médio e longo prazo.

Para isso, o TESTE estudo avaliou que, supostamente, o cenário propício para o desenvolvimento dessa economia, é um ambiente mais pautado em decisões alternativas, com maiores investimentos nas áreas de energia, tecnologias ambientais e incentivos públicos verdes¹⁰⁰.

Todavia, isso não é tudo. Nesse modelo econômico implicado pela *Green Economy* a recuperação dos ecossistemas é o que de fato deve ser o objetivo principal. Aliado ao bem estar- humano, que também se atenta tanto ao capital quanto ao social. Ora, se isto trata-se de um sistema, é necessária uma boa gestão para assegurar uma distribuição equitativa tanto dos custos como dos benefícios gerados por essa reestruturação econômica. Por conta dessas mudanças, faz-se necessário um mercado mais *eco-friendly*, ou seja, que adquira bens, produtos, tecnologias e serviços de modo mais sustentável.

Sobre a Economia Verde e sua atuação no mercado tem-se a seguinte observação:

Estas técnicas de incentivo à adopção de métodos de funcionamento ecologicamente menos agressivos e desgastantes funcionam como a ‘cenoura’, o prémio aos empresários que mais invistam em tecnologias de ponta e assim obtenham dividendos no mercado. Mas o Estado não pode abdicar do ‘cacete’, das medidas de controlo, mesmo que de fim de linha – como as sanções contraordenacionais a quem não cumpre os mínimos.¹⁰¹

Ainda no tocante à Economia Verde, dois pontos se destacam: a ecoinovação e o eco-design.

A Ecoinovação pode ser entendida como qualquer estratégia ou conceito que ao mesmo tempo que contribua para o uso mais eficiente dos recursos naturais, e, portanto, para a proteção do meio ambiente, crie oportunidade de negócios. Nesse momento em que a sustentabilidade passou a ser uma oportunidade comercial interessante, quando aliada à inovação, torna-se uma alternativa importante no mercado.

Com isso, é possível oferecer novos modelos sustentáveis no mercado. Nas leis portuguesas, esses conceitos estão cada vez mais se fortalecendo, como pode ser visto através do Decreto-lei 39/2018 de 11 de junho¹⁰², que define o regime da prevenção e controle das

¹⁰⁰ Destaque para incentivos públicos verdes, uma vez que o rótulo ecológico se inclui neste grupo.

¹⁰¹ FIGUEIREDO, 2012, p.165.

¹⁰² Disponível em: <<https://dre.pt/home/-/dre/115487878/details/maximized>> Acesso em: 02 de fevereiro de 2020.

emissões de poluentes para o ar e transpôs a Diretiva (UE) 2015/2193 para a ordem jurídica interna. Esse decreto parte da preocupação europeia de atualizar objetivos já estabelecidos em qualidade de ar para 2020 e 2030.¹⁰³

A Diretiva 2015/2193¹⁰⁴, face à grande necessidade de disciplinar a emissão de gases poluentes oriundos do uso de combustíveis em médias instalações de combustão (potência térmica igual ou superior a 1 MW e inferior a 50MW) foi criada.

O Decreto-lei 39/2018 traz uma plataforma eletrônica onde contém informações comuns às partes envolvidas no processo, onde operadores e entidades competentes terão acesso ao sistema de cumprimento de obrigações de comunicação, vide artigo 7º do referido DL.

Alguns diplomas foram revogados: (i) O Decreto-Lei n.º 78/2004, de 3 de abril, alterado pelo Decreto-Lei n.º 126/2006, de 3 de julho (Regime jurídico da prevenção e controle das emissões atmosféricas); (ii) A Portaria n.º 80/2006, de 23 de janeiro (Fixa os limiares mássicos máximos e mínimos de poluentes atmosféricos); outros foram alterados, como o Decreto-Lei n.º 169/2012, de 1 de agosto (que aprova o Sistema de Indústria Responsável - SIR).

É de assinalar, que em relação ao último DL alterado, os legisladores já vinham se destacando, uma vez que, ao aprovarem o Sistema da Indústria Responsável (SIR), estimularam medidas que ajudaram a promover o desenvolvimento sustentável da economia nacional através das indústrias, desburocratizaram alguns procedimentos, modernizaram o sistema, possibilitaram a gestão das zonas empresariais responsáveis (ZER), garantiram a aplicação de regimes de avaliação de impacto ambiental (AIA), dentre outros prontos.

¹⁰³ Disponível em: <<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/PDF/?uri=CELEX:32013D1386>> Acesso em: 02 de fevereiro de 2020. Foi criado um Programa «Ar mais limpo para a Europa» publicada em dezembro de 2013 pela Comissão Europeia.

¹⁰⁴ Em 2015, através da Diretiva (UE) 2015/2193, a União Europeia reconheceu que houve diminuição na emissão de gases poluidores para a atmosfera nas últimas décadas, porém, ainda mais medidas continuaram a ser tomadas, pois os cidadãos e o ecossistema continuavam expostos. Disponível em: <<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/?uri=CELEX:32015L2193>> Acesso em: 02 de fevereiro de 2020.

Mas com a advento do novo Decreto-Lei especificaram-se os procedimentos e prazos, por exemplo: Título de emissões para o ar» (TEAR), é uma decisão que autoriza o desempenho de uma atividade que emita grande quantidade de poluentes para o ar e que seja integrante do Título Único Ambiental (TUA), conforme artigo 3º, ZZ do DL, no prazo de até 60 dias antes do termo dos prazos estabelecidos nos nºs 1 a 4 do artigo 42.º; monitoração contínuo e pontual dos gases das emissões de gases dentre vários outros pontos.

Essas evoluções legislativas, que produzem e buscam um menor impacto ambiental, contribuem para o desenvolvimento na área das eco-tecnologias, posto que, é uma importante estratégia comunitária proteger o ambiente para fazer frente aos desafios do ambientais: poluição atmosférica, desmatamento, biodiversidade comprometida, alteração no clima dentre outros fatores.

As múltiplas barreiras econômicas, como falta de incentivos e as barreiras regulatórias, muitas vezes são grandes empecilhos para o crescimento de mercado e necessitam de estratégias ecoeficientes que reduzam o impacto ambiental, mas mantenham o produto ou serviço atrativo economicamente. É importante saber utilizar essas novas tecnologias para criar um espaço com oportunidades melhores de trabalho dentro do mercado único europeu e ativar um “momentum” de inovação.

As questões ambientais e o mercado, juntos, tem o cunho de estabelecer e resolver suas próprias demandas através da ecoinovação, elaborando uma economia mais dinâmica, com o uso de produtos reciclados, investindo mais em negócios verdes, tais como: o setor alimentar, a energia limpa e no setor da água e alimentar.

Por outro lado, o *Eco-Design* é uma estratégia construída para minimizar os impactos causados em um produto. Ele visa melhorar, reutilizar e desenvolver um produto mais durável, menos suscetível à reparos, que possa ser reutilizado mais vezes. Um produto eco-orientado significa que será menos reciclado e logo, terá menos resíduos. Ter essa visão pautada no ciclo de vida do produto vem sendo uma tendência nas políticas europeias, uma vez que, traz uma sustentabilidade global em várias cadeias de abastecimento.

O *eco-design* e a ecoinovação são alternativas utilizadas para tornar a economia mais verde. Os produtos devem apresentar um aumento na qualidade de vida e menor impacto no meio ambiente, além de trazer o eco-design como algo especial e inovador. Em relação ao eco-design, a Diretiva 2009/125/CE, de 21 de outubro de 2009, foi elaborada e teve a

transposição desta Diretiva para as leis portuguesas através do Decreto-Lei nº 12/2011, de 24 de janeiro. Surge na sequência da Estratégia Nacional para a Energia.

Contudo, a transição para a economia verde, infelizmente está cheia de desafios. O esverdeamento dos setores que até hoje não aderiram aos critérios ecológicos, ainda preferindo atender as demandas de mercado em rápida mutação, portanto, não amigos do ambiente, ainda é escasso. Portanto, deve-se ainda continuar o incentivo para a transformação de atitudes que influenciarão no mercado, devendo todos ser responsáveis por essa mudança: os líderes mundiais, os consumidores e as empresas devem participar colaborativamente para repensar e redefinir parâmetros tradicionais de riqueza, prosperidade e bem-estar.

4. A CONTRATAÇÃO PÚBLICA SUSTENTÁVEL E O PAPEL DO CONSUMIDOR

4.1. O FATOR ECOLÓGICO COMO CRITÉRIO PARA A CONTRATAÇÃO

A política de proteção ambiental é uma das políticas mais significativas a nível comunitário. Desse modo, a dimensão da contratação pública também passou a ser analisada nesse contexto e muito é discutido como através do Direito Contratual poderá ser promovida a sustentabilidade.

Com os padrões sociais e econômicos sofrendo transformações, paradigmas sendo modificados, as necessidades da população têm se tornado cada vez mais plurais. Em outros tempos, os governos analisavam as necessidades sociais de modo único, sem perceber as nuances e exceções provindas das novas gerações.

A economia é um exemplo claro dessa adequação. O mercado precisou acompanhar os novos padrões sociais estabelecidos e passou a ser inclusivo. Hoje em dia, há espaço no mercado para qualquer tribo e preferência. As diferentes bandeiras de gênero, etnia ou política passaram a exigir que houvesse uma democratização dos espaços e que produtos e serviços fossem fabricados com a filosofia que lhes interessasse.

No âmbito ambiental não foi diferente. Com o mercado ecológico em expansão, a Administração Pública entendeu que era necessário considerar as questões ambientais e

sociais na estrutura de contratação para alcançar os interesses desse público de um modo mais amplo. Então, utilizou-se da contratação pública sustentável, como um instrumento que viabilizasse a solução para as questões nesta seara. Além de promover outras estratégias de políticas públicas, conforme anteriormente visto, a fim de perceber as melhores opções e estratégias.

As finalidades tradicionais da contratação pública foram-se somando novas preocupações. Aos poucos, foi-se tomando consciência de que a contratação pública, a par dos seus objetivos imediatos, pode servir como instrumento de realização das mais variadas políticas públicas, nomeadamente ambientais e sociais.¹⁰⁵

Nesse sentido, quando as entidades adjudicantes procedem à formalização de um contrato de ordem pública, devem obrigatoriamente proceder considerando os critérios que possam minimizar o impacto ambiental das suas próprias atividades¹⁰⁶.

Através da Contratação Pública Sustentável (CPS) é possível solucionarmos problemas em matéria social, ambiental e económico. Também é possível proteger o ambiente; atender às necessidades sociais e estimular a inovação, que consequentemente fomentará a competitividade nas relações económicas e aumentará as taxas de emprego. Quando o Estado atua através da contratação pública sustentável ele compreende que nem mesmo em seu poderio, pode o governo deixar de respeitar os critérios ambientais e proceder sem responsabilidades.

Atuando como um dos sustentáculos da contratação pública, a sustentabilidade tem sido primordial, influenciando estratégias e políticas em todos os âmbitos. Os indivíduos buscam o “*o best value for Money*”, ou seja, a proposta que traga o melhor custo-benefício. Em outras palavras seria o critério do “menor valor e melhor proposta”.

Os contratos públicos a nível comunitário, para que atinjam seus objetivos devem gerar crescimento sustentado, em longo prazo, criar postos de trabalho, favorecer o desenvolvimento de empresas capazes de explorar as possibilidades oferecidas pelo maior

¹⁰⁵ ESTORNINHO, 2006, p.48-49.

¹⁰⁶ Estorninho continua a tratar do assunto, exemplificando como a escolha do critério ambiental impacta a contratação: “Ao celebrar contratos públicos ecológicos (*Green Public Procurement*), as entidades adjudicantes públicas podem/devem reduzir o impacto ambiental das suas próprias atividades (por exemplo, procurando reduzir as emissões de CO2 ou promovendo a eficiência energética e a conservação dos recursos naturais) e, ao mesmo tempo, podem/devem incentivar a inovação, influenciando o mercado no sentido de este passar a fornecer produtos, obras e serviços mais ecológicos” (ESTORNINHO, 2013, p. 4).

mercado integrado do mundo, enfrentar eficazmente a concorrência nos mercados globais e permitir ao contribuinte e utilizador obter serviços públicos de melhor qualidade ao menor custo, sendo efetivados dentro de uma política não discriminatória, competitiva, que não traga despesas públicas, dentre outros pontos.

Dando continuidade a esse pensamento, pode ser verificada a questão da inovação, como uma característica bem vista aos olhos da UE, ao passo que ela reforça a competitividade econômica, porque se tornar mais inventiva, apresenta uma nova abordagem, pode melhorar o serviço, o produto, e reage melhor à crise. Ora, se em momentos de penumbra econômica e social as boas ideias devem ser utilizadas. Aí está a inovação para recriar o velho e trazer novas soluções e modificar o mercado que até então passa por dificuldade.

Acompanhando a inovação, encontra-se a sustentabilidade, que busca equilibrar a necessidade de desenvolvimento econômico da sociedade com a promoção do desenvolvimento social e com o respeito ao meio-ambiente, desde os momentos iniciais ao cumprimento do contrato.

É fundamental, do ponto de vista jurídico, a definição inicial do objeto do contrato a celebrar. É o momento privilegiado para introduzir as considerações ambientais e sociais de modo a marcar para todo o procedimento pré-contratual e o contratado que, no final, se virá a celebrar e executar: por exemplo, tratar-se de um contrato para aquisição de papel 100% reciclado.¹⁰⁷

Se o art. 36º CCP determina que o modo de formação de um contrato público deve ser iniciado com o ânimo de contratar. Logo, desde a formalidade dessa decisão a entidade adjudicante deve fazer escolhas do ponto de vista sustentável.

Artigo 36.º - Decisão de contratar e decisão de autorização da despesa

1 - O procedimento de formação de qualquer contrato se inicia com a decisão de contratar, a qual cabe ao órgão competente para autorizar a despesa inerente ao contrato a celebrar, podendo essa decisão estar implícita nesta última.¹⁰⁸

¹⁰⁷ ESTORNINHO, 2013, p.19.

¹⁰⁸ PORTUGAL, 2008, p. 64. Código de Contratos Públicos. 2008. p. 64. Disponível em: <http://www.base.gov.pt/mediaRep/inci/files/base_docs/CCPTextoconsolidadojan2016.pdf> Acesso em: 14 de dezembro de 2016.

Existe também a preocupação em assegurar que os padrões éticos sejam respeitados e a legislação, tal como o direito dos trabalhadores seja sempre obedecida. Os princípios do direito devem ser resguardados e a proteção ambiental coroada. Em relação a coluna social faz parte do *triple bottom line*¹⁰⁹ da sustentabilidade.

É notório que os fornecedores exerçam responsabilidade em algumas situações. Através da adoção de práticas éticas, por exemplo: o apoio à maternidade incentiva que os baixos níveis de natalidade existentes na Europa cresçam; quando há incentivo na economia, a taxa de emprego também cresce. Ou, quando há apoio a minorias, crianças doentes, e outras situações que se propõe a integração ou inclusão, a responsabilidade é mitigada.

Os benefícios da contratação pública sustentável alcançam três classes diferentes de participantes: o adjudicante, o mercado e a sociedade como um todo. Em relação ao comprador/entidade adjudicante, é possível constatar que são favorecidos àqueles Governos que promovem uma imagem pública ecológica, “amiga do ambiente”, e que conseguem gerir melhor os recursos a fim de obter melhor desempenho orçamental.

No tocante ao mercado, aumentam sua gama de produtos inovadores e com menores impactos ambientais e sociais. Com isso, se tornam mais competitivos, pois melhoram o desempenho na economia. Por exemplo, quanto mais produtos são certificados, compreende-se que o mercado ecológico terá mais opção e poderá concorrer com os produtos de mesmo gênero que não estão enquadrados neste selo, logo, técnicas e procedimentos são aprimorados e investimentos são feitos para participar da economia verde.

Em relação à sociedade em geral, quando a contratação pública é realizada levando em consideração critérios sustentáveis, os benefícios são variados, fazendo parte desde a diminuição da taxa de desemprego, como a diminuição da poluição e do uso de recursos naturais esgotáveis, como estimulando a saúde e o bem-estar humano, a políticas de inclusão.

¹⁰⁹ O *Triple Bottom Line*, foi enunciado por Elkington (1994), através de seus estudos, onde no inglês, é chamado de 3P (*People, Planet e Profit*); no português, seria PPL (Pessoas, Planeta e Lucro). Ao analisar cada palavra individualmente o conceito seria: O lucro ou campo econômico, é aquele critério que tem por objetivo criar empreendimentos viáveis, pelos quais os investidores possam se interessar; o critério ambiental, ou planeta, seria aquele em que analisaria a relação de processos com o meio ambiente sem lhe causar danos permanentes; e critério social, que está relacionado às pessoas, se preocupa com o estabelecimento de ações justas para trabalhadores, parceiros e sociedade em geral. Juntos, no entanto, estes três pilares se relacionam de tal forma que resultaria no alcance da sustentabilidade.

Como vivemos em uma sociedade moderna e globalizada, os instrumentos que buscam promover igualdade mesmo na diversidade devem ser protegidos e estimulados pela atuação pública. E a contratação pública sustentável tem sido utilizada nesse aspecto.

Segundo a Comissão Europeia, há um passo a passo para que sejam implementados os requisitos da sustentabilidade nas contratações públicas, fazendo-se necessário definir o objeto, escolher um conjunto de bens e serviços a serem inicialmente priorizados através de critérios ecológicos, por exemplo: necessidade de utilizar algum produto específico; na escolha dos candidatos para firmar o contrato, na adjudicação, quando são observados os critérios sustentáveis a serem utilizados, tal como custo na produção ou na aquisição dos produtos, disponibilidade no mercado; e também em há que identificar quanto à execução do contrato, se haverá reutilização da embalagem, ou como será o descarte final, por exemplo.

Nesse sentido, a União Europeia tem entendido que é preciso estabelecer critérios para reconhecer a origem das informações a respeito dos produtos e dos serviços. No que tange aos rótulos ecológicos, se para a rotulagem se faz necessário obter informações científicas, no processo de adjudicação pública também não se faz diferente. Pois, cada grupo tem características específicas, as demandas são variáveis e os critérios precisam ser constantemente reavaliados e atualizados.

Produtos como papel, produtos e serviços de limpeza, aparelhos celulares, portas e janelas de vidro, móveis, equipamentos de tecnologia da informação são exemplos de produtos que passam por essa análise para a adjudicação pública.

4.2. AS ESTRATÉGIAS PARA AS COMPRAS PÚBLICAS

Diversas iniciativas, tratando a utilização dos contratos públicos com a vertente sustentável vieram sendo implementadas na União Europeia.

Por exemplo, o Livro Verde¹¹⁰, intitulado *Para um mercado dos contratos públicos mais eficiente na Europa*, apresenta a estratégia Europa 2020, que é um plano europeu para a próxima década, onde se pretende alcançar uma economia sustentável, inclusiva e onde as empresas devem ter maior responsabilidade social para uma economia mais justa e um

¹¹⁰ Livro guia que contém comentários, documentos normativos sobre sustentabilidade e contratação pública. Organizado por *ECO-Buy Limited* para o Governo Australiano.

ambiente mais limpo. Acredita-se que com as propostas lançadas nesse seguimento, os níveis de emprego, produtividade e igualdade social serão aprimorados na União Europeia.

Interessante observar, que a proteção do ambiente ela tem sido enquadrada em todas as estratégias que busquem crescimento a curto, médio ou longo prazo. As estratégias adotadas pela Europa e descritas no Livro Verde devem ser de aplicação concreta à nível nacional. Mas a ajuda mútua deve se fazer presente. Cada país pode escolher seus próprios objetivos, por exemplo: estimular a competitividade na economia, reduzir a emissão de gases poluentes, proteger o ambiente, desenvolvimento da tecnologia, melhoramento do ambiente empresarial, ajudar os consumidores em suas escolhas ambientais, dentre outros.

A Comunicação da Comissão Europeia sobre Política Integrada de Produtos [COM (2003) 302 final], a RCM n.º 65/2007 a qual, aprovou a Estratégia Nacional para as Compras Públicas Ecológicas para o período de 2008-2010, teve como principal meta promover os critérios ambientais nos contratos públicos como vetor que liga ações e políticas públicas relacionadas às questões ambientais de modo mais abrangente e sustentável.

Por contratação pública pode ser compreendido como um procedimento que permite as autoridades públicas a adquirirem um bem ou um serviço, desde que dentro do bom cumprimento de suas funções, não deixando de zelar pelo respeito aos princípios da transparência, da igualdade, da concorrência e segurança jurídica.

Para dispor desse tema, o então agora em vigor Decreto-Lei n.º 170/2019, de 4 de dezembro, que aprova o Código dos Contratos Públicos Português (ele procede à décima primeira alteração ao Código dos Contratos Públicos, aprovado em anexo ao Decreto-Lei n.º 18/2008, de 29 de janeiro, e à segunda alteração ao Decreto-Lei n.º 111/2012, de 23 de maio).

Quanto ao Livro Verde, procura incentivar a popularização do mercado ecológico. Tanto para os consumidores, quanto para os produtores, a ideia é ajudar a adotar um comportamento diferente do usual e que traga resultados econômicos desejáveis, tal como, não acumular resíduos, reciclar produtos, e transformar o padrão de consumo, a partir de uma cultura de sustentabilidade.

A contratação pública ela é adotada pelos Governos de modo gradual, à medida em que as escolhas sustentáveis são priorizadas no momento da compra pública. Essas compras

ecológicas são compreendidas como o conjunto de critérios ambientais no processo de contratação pública de adjudicação de bens, prestação de serviços e empreitadas e produção de bens objetivando a escolha dos produtos ou serviços a serem adquiridos.

A Agência Nacional de Compras Públicas, E.P.E. (ANCP) 204, criada pelo Decreto-Lei n.º 37/2007, de 19 de fevereiro, trata sobre o papel das compras públicas, o seu desempenho ambiental e como a redução dos seus impactos ambientais pode estar associada ao consumo.

Como exemplo podemos citar, um relatório emitido pela mesma Agência, em 2011, no qual havia ali discorrido uma estratégia com os objetidos a serem alcançados, bem como o plano de ações e ou medidas a serem adotadas, tais como: monitorar procedimentos para que não haja fraudes.

Naturalmente, não se podem ignorar os riscos de que a introdução de *critérios verdes* na contratação pública redunde em práticas discriminatórias ou em fenómenos de corrupção. Ora, em tempos de crise, quando os recursos públicos afetos à contratação pública são especialmente escassos, não são toleráveis quaisquer desperdícios e, menos ainda, fenómenos de corrupção. Uma contratação pública sustentável exige assim, também, que a introdução de critérios ambientais ou sociais num procedimento pré-contratual seja acompanhada de mecanismos de prevenção do desperdício e da corrupção.¹¹¹

Além do cuidado que se deve haver para evitar o desvirtuamento do propósito sustentável da contratação, o modo como os adjudicantes promoverão o desenvolvimento sustentável também é questionado, pois o critério melhor qualidade e melhor preço continuarão a ser exigidos. Além disso, possibilidade da oferta mais vantajosa e de melhor preço são possíveis dentro ponto de vista do ambiente.

4.3. ASPECTOS LEGAIS E DOUTRINÁRIOS DA CPS

A compra sustentável deve, obrigatoriamente, analisar todo o projeto e computar os custos diretos e indiretos, pois ela compreende uma contratação que trará benefício para o presente e para o futuro. Um produto que apresente um custo baixo no momento da

¹¹¹ ESTORNINHO, 2013, p.4.

contratação, tendo um custo alto de descarte não se faz interessante, pois não atende aos critérios de proteção ambiental. Contratar empresas que comercializam produtos baratos, ou que atendem em alguns momentos aos critérios ecológicos, mas empregam mão-de-obra escrava, ou que vende os produtos na região com preços tão ínfimos que acaba com a concorrência no local, não atende aos princípios da contratação pública sustentável.

Os fins ambientais não devem justificar os meios, ilícitos, empregados nas situações apresentadas acima. Não se enxerga vantagem quando pessoas são lesadas e princípios feridos. A contratação pública sustentável deve zelar pela correta aplicação das normas jurídico-ambientais e por uma contratação honesta. O posicionamento administrativista a seguir, corrobora esta questão:

[...] a proposta mais vantajosa será sempre aquela que, entre outros aspectos a serem contemplados, apresenta-se a mais apta a causar, direta ou indiretamente, os maiores benefícios econômicos, sociais e ambientais. Por esse prisma, o sistema de avaliação de custos, sob pena de violação flagrante do princípio constitucional em apreço, terá de ser reformulado e incluir os custos indiretos, no intuito de estimar os dispêndios futuros a serem efetuados em função dos possíveis impactos sistêmicos das decisões administrativas tomadas e dos riscos assumidos. Ou seja, antes de licitar, não se podem ignorar, candidamente, os custos ambientais, sociais e econômicos de cada escolha administrativa.¹¹²

Perante o que está versado no artigo 5º da Lei nº 19/2014 de 14 de abril, onde o ordenamento jurídico disciplina as bases da política de ambiente, de acordo com os artigos 9º e 66º da Constituição da República Portuguesa, materializa-se o conceito de direito ao meio ambiente e a qualidade de vida que é universal.

A Lei nº 19/2014 de abril de 2014, artigo 6º, nº2, alínea b), diz: “b) O direito de acesso à informação ambiental detida por entidades públicas, as quais têm o dever de divulgar e disponibilizar ao público através de mecanismos adequados, incluindo a utilização de tecnologias telemáticas ou eletrónicas”.^{113- 114}

¹¹² FREITAS, 2012, p.98.

¹¹³ GOMES (2012, p.40) dispõe que o acesso à informação sobre ambiente pode traduzir-se em duas modalidades: a (mera) consulta de dados e a obtenção documentada de dados informativos (nºs 2 e 3 do artigo 6º da LAIA, respectivamente). Esta última, que a lei identifica como “disponibilização da informação”, pode ser requerida por qualquer pessoa, sem que necessite de justificar o seu interesse (artigo 6º/1). Deverá fazê-lo por escrito, em requerimento assinado de onde constem: os elementos essenciais da sua identificação e indicação do local de residência (artigo 6º/2); a determinação precisa dos elementos de informação que pretende.

É fato que o direito de se obter informações na esfera ambiental é totalmente consagrado no direito português, sem falar que o direito de participar de ações que busquem reduzir o impacto ambiental também. Fortalecendo assim o respeito ao meio ambiente e as leis que o disciplinam.

No artigo 7º, nº 1, alínea c), da mesma lei, vemos direitos processuais em matéria de ambiente, tal como nele está expresso que poderá: “c) O direito a pedir a cessação imediata da atividade causadora de ameaça ou dano ao ambiente, bem como a reposição da situação anterior e o pagamento da respetiva indenização, nos termos da lei.”

Não há nenhuma situação que permita que alguém seja prejudicado ou posto em situação de risco e não seja recompensado/indenizado por isso. A lei garante à vítima que obtenha reparação e que reclame a imediata cessação do dano. Como exemplo estão aquelas pessoas que moram em zonas próximas de morrarias e são vítimas de deslizamentos. Devido ao risco de sua casa ceder ao barranco, ou de desabar em cima dos mesmos, podem buscar apoio e ressarcimento se a casa tiver sido construída em área regular. Em algumas situações é o próprio órgão público que se antecede retirando as pessoas do local de risco.

O artigo 8º da lei nº19/2014 aborda a cidadania ambiental, reflete o princípio do desenvolvimento sustentável, e evoca a proteção e preservação das espécies.

Outrossim, o artigo 2º, número 1, discorre que:

A política do ambiente visa à efetivação dos direitos ambientais através da promoção do desenvolvimento sustentável, suportada na gestão adequada do ambiente, em particular dos ecossistemas e dos recursos naturais, contribuindo para o desenvolvimento de uma sociedade de baixo carbono e uma economia verde, racional e eficiente na utilização dos recursos naturais, que assegure o bem-estar e a melhoria progressiva da qualidade de vida dos cidadãos.¹¹⁵

É extensa a questão do ambiente e engloba outros ramos do direito. A competência é do Estado e continua a promover a sustentabilidade como porta para a proteção ambiental.

¹¹⁴ Disponível em: < <https://dre.pt/application/dir/pdf1sdip/2014/04/07300/0240002404.pdf> > Acesso em: 20 de janeiro de 2017. p. 2401.000

¹¹⁵ PORTUGAL, Lei n.º 19/2014, p. 2400. Disponível em: <<https://dre.pt/application/dir/pdf1sdip/2014/04/07300/0240002404.pdf>> Acesso em 20 de janeiro de 2017. p. 2400.

Além de dirigir-se por princípios importantes, consagrados na lei nº19/2014, tais como: princípio da cooperação internacional, princípio da educação ambiental, princípio da transversalidade dentre outros.

A contratação pública é, em si, um meio de mercado muito empregado pela Administração Pública na realização de suas atividades, para alcançar o interesse público, vide artigo 266.º da Constituição da República Portuguesa:

Artigo 266.º - (Princípios fundamentais)

1. A Administração Pública visa a prossecução do interesse público, no respeito pelos direitos e interesses legalmente protegidos dos cidadãos.
2. Os órgãos e agentes administrativos estão subordinados à Constituição e à lei e devem actuar, no exercício das suas funções, com respeito pelos princípios da igualdade, da proporcionalidade, da justiça e da imparcialidade.¹¹⁶

O papel que a contratação pública exerce vai muito além da adjudicância, pois ela interfere no comportamento dos cidadãos. Elas exercem o papel de instrumentos, à disposição dos agentes públicos, para gerir a coisa pública, levando em consideração, além do critério económico, devem ser analisados os critérios social e ambiental. A administração pública deve ser cautelosa nas questões relacionadas ao meio ambiente e deve atentar-se à lei, pois essa também dispõe sobre a importância de utilizar critérios ambientais na adjudicação pública, e promover a sustentabilidade para gerações futuras.

É interessante analisarmos que a contratação pública não está ligada apenas ao ambiente, mas às áreas que sejam também importantes. Por exemplo, como nos casos a seguir, veremos como assuntos diversos terão relação no direito contratual.

São duas as Comunicações Interpretativas da Comissão Europeia que ocupam apoio central nesta matéria: a COM (2001) 274, final¹¹⁷, de 28 de novembro, que trata sobre o direito que pode ser aplicado aos contratos públicos e as possibilidades de integrar considerações ambientais na contratação pública; e a COM (2001) 566, final¹¹⁸, de 15 de

¹¹⁶ PORTUGAL, Constituição da República Portuguesa (1976).

¹¹⁷ Comunicação interpretativa da Comissão sobre o direito comunitário aplicável aos contratos públicos e as possibilidades de integrar considerações ambientais nos contratos públicos [COM (2001) 274, final] – Disponível em: < <http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/committees/juri/20030512/010274PT.pdf> > Acesso em: 20 de dezembro de 2016.

¹¹⁸ Comunicação da Comissão sobre o direito comunitário aplicável aos contratos públicos as possibilidades de integrar aspectos sociais nesses contratos [COM (2001) 566, final] – Disponível em:

outubro, sobre o direito europeu que pode ser aplicado aos contratos públicos e as possibilidades de integrar aspectos sociais nesses contratos. Na segunda Comunicação, a Comissão sublinha o papel das políticas sociais europeias na criação da economia da união europeia e como coluna do desenvolvimento sustentável.

Os princípios da igualdade e da não-discriminação são abordados e através deles são reforçadas a promoção das políticas públicas que renovam a estratégia dos contratos públicos que levantam a mesma bandeira, a da inclusão, como por exemplo: quantidade mínima estabelecida de contratar portadores de alguma deficiência. O Acórdão Concórdia Bus fala sobre esses critérios¹¹⁹.

4.4. PERCEPÇÃO DOS CONSUMIDORES DOS RÓTULOS VERDES E O COMPORTAMENTO DE COMPRA

Para a doutrina marxista, o consumo estava diretamente ligado à ideia de recompensa. As pessoas compravam para se sentirem recompensadas por algo. Os trabalhadores, por exemplo, compravam a fim de se sentirem recompensados do dia de trabalho árduo que tiveram. O consumo acabava consequentemente existindo para suprir uma insatisfação individual. É como se na realidade, o consumo descontrolado alimentasse uma falsa sensação de satisfação, não podendo ser percebida pela maioria das pessoas.

Essa sensação não é própria dos seguidores de Karl Marx. Mas, uma vertente mais atual garante que o consumo:

“pode ser visto como uma forma de propaganda e manutenção ideológica da sociedade capitalista”¹²⁰

http://www.contratacaopublica.com.pt/xms/files/Documentacao/Comunicacao_CE_COM-2001-566_final.PDF
Acesso em: 20 de dezembro de 2016.

¹¹⁹ Acórdão Concórdia Bus. Disponível em: <http://curia.europa.eu/juris/showPdf.jsf?jsessionid=9ea7d2dc30d5d7b1604bb56444f4b5f79ce16f5c031f.e34KaxiLc3qMb40Rch0SaxyKbhr0?text=&docid=47670&pageIndex=0&doclang=PT&mode=lst&dir=&occ=first&part=1&cid=35846> Acesso em: 20 de abril de 2017.

¹²⁰ PORTILHO, 2010, p.15.

Como assinala Portilho, as pessoas tornam-se vítimas passivas da publicidade, o que gera novas necessidades, novos desejos, novos impulsos e ao mesmo tempo contribui para o aumento do lucro das empresas.

Em muitas situações, o consumo é visto como um instrumento de poder dentro da sociedade, sendo valorizado quem possui maior poder de compra.

Dentro dessa realidade, muitos projetos foram desenvolvidos em diversos países com o intuito de estudar e organizar propostas de ações em prol da sustentabilidade, do consumo consciente, como a Comissão para o Desenvolvimento Sustentável das Nações Unidas, o *Environmental Protection Agency* nos EUA, *Organization for Economic Co-operation and Development* de Paris e o Europa Sustentável, que produziu vários relatórios. A partir das informações produzidas, diversos governos criaram programas políticos com metas ambientais. Esse passo indica que as escolhas e os comportamentos afetam o ambiente e deve haver mudanças.

Nossos hábitos alimentares muitas vezes são ditados pelas empresas que nos alimentam. Por meio da publicidade, nós somos influenciados a consumir determinado alimento, direta ou indiretamente.

Um fator importante que contribui na alimentação é a renda, algumas pessoas não se alimentam adequadamente, pouco varia o cardápio e tem dificuldade em trocar, escolher produtos novos. Outro aspecto que merece apoio é a formação de um grupo diverso que se propusesse a formular pesquisas que identificasse as necessidades das pessoas e formulasse políticas públicas de apoio ao grupo em questão.

A educação ambiental deve ser estimulada, pois é um meio em que se faz possível utilizar argumentos científicos e repassá-los de uma forma mais didática e de fácil compreensão. Além do mais, quando a pessoa realmente compreende as razões das decisões verdes e a importância de cada atitude consciente, esse conhecimento será utilizado a fim de promover atitudes e ações ambientais que influenciarão a outros e que fortalecerão a responsabilidade individual e coletiva que todos têm na tratativa do meio ambiental.

4.4.1. FORMAÇÃO E FUNÇÃO DA ATITUDE DO CONSUMIDOR

Para entender a atitude do consumidor, faz-se necessário fazer um constructo desse comportamento. Essa presumida relação de que a atitude leva ao comportamento permite que sejam analisados vários conceitos externos: por exemplo, a marca, como conceitos internos, tais como estilo de vida, para compreender como o perfil do consumidor é formado.

Como já sabemos a propaganda pode exercer uma influência muito grande no comportamento do consumidor. Esse tipo de ânimo para compra presente ou futura demonstra como o consumidor pode de fazer volátil frente ao que é estimulado para ele. Com o apelo ecológico, aumenta-se o desejo de compra de muitos e o cuidado com o consumo sustentável deve ser redobrado.

Através das informações que o ser humano vai obtendo ao longo de sua experiência de vida, tais como, sentimentos, sensações e acontecimentos, as atitudes de consumo serão formadas. Quanto à formação do comportamento, afirmam:

Todos os indivíduos possuem atitudes que resultam em tendências a responder positiva ou negativamente a outra pessoa, a um grupo, a um objeto, a uma situação que compreende objetos e pessoas ou a uma ideia. Dessa maneira, frequentemente, a atitude de um indivíduo o predispõe a raciocinar de uma forma específica. Sendo assim, o conhecimento da atitude permite que, por vezes, haja uma previsão do comportamento, no que se refere tanto ao consumo quanto a outros aspectos da vida.¹²¹

A atitude é aprendida, à medida que se aprende a ter determinado comportamento frente à dada situação, podendo ser esse comportamento favorável ou não. As experiências obtidas a partir do uso de determinado produto, ou através de informações adquiridas, ou por meio de exposição à propaganda veiculada influenciarão nas suas escolhas.

Defende que as atitudes podem até se ser similares às opiniões. No entanto, as opiniões são mais específicas, baseiam-se em fatos, objetos, desejos, enquanto as atitudes são mais gerais. Ele ainda afirma que uma pessoa pode estar consciente de sua opinião, mas sua atitude não condizer com o que pensa.¹²²

¹²¹ BLUM; NAYLOR, 1976, p.98.

¹²² RICHARDSON, 1999, p. 80.

Continuando na linha do comportamento do consumidor, a teoria de atitude em relação a um objeto é originária das crenças do comprador sobre a predisposição de o objeto ou como a marca irá satisfazer ou bloquear as motivações de consumo e uso, além da importância relativa dessas motivações para ele mesmo.

At the psychological level the reasons for holding or for changing attitudes are found in the functions they perform for the individual, specifically the functions of adjustment, ego defense, value expression, and knowledge. The conditions necessary to arouse or modify an attitude vary according to the motivational basis of the attitude. Ego-defensive attitudes, for example, can be aroused by threats, appeals to hatred and repressed impulses, and authoritarian suggestion, and can be changed by removal of threat, catharsis, and self-insight. Expressive attitudes are aroused by cues associated with the individual's values and by the need to reassert his self-image and can be changed by showing the appropriateness of the new or modified beliefs to the self-concept. Brain washing is primarily directed at the value-expressive function and operates by controlling all environmental supports of old values. Changing attitudes may involve generalization of change to related areas of belief and feeling.¹²³

A atitude de consumo tende a ser fisiológica para um indivíduo, pois ele, para analisar alguma coisa ou até mesmo suas características, precisa fazer juízo de valor, de acordo com suas próprias exigências e preferências. Portanto, o que tem um gosto bom, ou veste bem dependerá de cada consumidor.

Nesse sentido, não há por que determinado cidadão fazer escolhas sustentáveis, preferindo produtos que apresentem o selo ecológico, se naturalmente ele não consegue

¹²³ Em português: “No nível psicológico, as razões para a realização ou para a mudança de atitudes são encontradas nas funções que desempenham para o indivíduo, especificamente as funções de ajuste, defesa do ego, expressão de valor e conhecimento. As condições necessárias para despertar ou modificar uma atitude variam de acordo com a base motivacional da atitude. Atitudes ego-defensivas, por exemplo, podem ser despertadas por ameaças, apelos ao ódio e impulsos reprimidos, e sugestão autoritária, e podem ser alteradas pela remoção de ameaças, catarse e auto-percepção. Atitudes expressivas são despertadas por pistas associadas aos valores do indivíduo e pela necessidade de reafirmar sua auto-imagem e podem ser alteradas mostrando a adequação das crenças novas ou modificadas para o autoconceito. A lavagem cerebral é dirigida principalmente à função de valor expressivo e opera controlando todos os suportes ambientais de valores antigos. A mudança de atitudes pode envolver a generalização da mudança em áreas relacionadas de crença e sentimento.” (KATZ, Daniel. *The Functional Approach to the study of attitudes*. The Public Opinion Quarterly. Published by: Oxford University Press on behalf of the American Association for Public Opinion Research. Vol. 24, No. 2, Special Issue: Attitude Change (Summer, 1960), pp. 163-204).

absorver a razão da sua escolha. A motivação no momento da compra faz parte de um conjunto de crenças, informações e valores de consciência ecológica, que vão sendo formado ao longo dos anos.

O consumo aleatório ou indiferente, realizado por pessoas que não fazem da ideologia verde seu estilo de vida, não desacelera o mercado, mas não traz grandes benefícios na seara da sustentabilidade, pois a tendência é que a maior parte do consumo de uma pessoa média e sem comprometimento com a mensagem verde é voltar aos velhos hábitos, pois já estão incorporados em suas preferências e na sua rotina.

É claro, que isso não deve servir de desestímulo para o curioso, o iniciante, que tem pretensões em se aventurar no consumo dos produtos ecológicos. Mas não deve ser estimulada apenas a compra, ou a rotulagem ambiental não servirá apenas como critério de identificação do que é ecológico ou não, ou até mesmo, será apenas uma estratégia de crescimento de mercado. O que de fato, não é.

O rótulo ambiental promove a proteção do ambiente e da vida humana em seu mais amplo significado e deve ser exaustivamente divulgado para que todos possam compreender que utilizar e preferir produtos com selos verdes compreende em uma atitude positiva por parte de todo aquele que é responsável pela tutela ambiental, ou seja, todos nós.

4.4.2. MUDANÇA DE ATITUDE PERANTE O APELO VERDE

Durante toda a existência humana, o homem vem desenvolvendo diferentes formas de se relacionar com o meio ambiente. Antes, a curiosidade estava em conhecer o que a natureza tinha para oferecer aos desbravadores desse planeta, hoje, o que existe é a preocupação com as insustentáveis e destrutivas agressões ambientais. Ao longo desse trabalho é possível permeiar por alternativas que contribuem para a recuperação dos danos e principalmente para a mudança de atitude nesta atual crise sócio-ambiental. Não apenas procurando compreendê-la desde o seu início, mas buscando alternativas que possibilitem uma vida mais sustentável.

Portilho afirma que:

“as ações ambientais conscientes, bem informadas e preocupadas com questões ambientais aparecem como nova estratégia de mudanças em direção à sociedade sustentável.”¹²⁴

Desde o acontecimento da Rio 92 que o consumo passou a ser questionado e debatido exaustivamente entre os ambientalistas e entre diversas organizações e instituições, que estavam estudando as causas e os efeitos causados pelas práticas contemporâneas de consumo do mundo moderno.

A presença do consumidor verde se tornou cada vez mais importante, pois o mundo precisava adotar atitudes mais conscientes e amigas do ambiente e o passo principal deveria ser dado por quem consome. A participação e o grito de quem compra, influencia diretamente no mercado. Do que adianta ter produtos ecologicamente corretos nas prateleiras se as pessoas não se interessarão por eles?

Em toda a cadeia de produção há vários tipos de danos negativos causados ao meio ambiente, posteriormente, essas agressões podem continuar a depender da forma como o produto for disponibilizado. Tendo em vista que, para romper com a compra desses produtos, os consumidores devem romper com critérios e atitudes costumeiramente adotadas, podemos compreender que esse consumidor precisa escolher os produtos que causam baixo ou nenhum impacto ambiental. O consumidor verde, analisa o processo de produção como um todo, até o produto chegar em suas mãos.

Embora não seja fácil detectar se esse produto é ecologicamente correto ou não, deve-se ter em mente que toda e qualquer alteração no ambiente traz danos ao meio ambiente, ainda que em graus diversos. Assim, deve-se buscar por alternativas sustentáveis em todas as etapas de preparação dos produtos, desde a extração de recursos, a sua produção, até a sua distribuição e venda.

[...] considera o consumidor verde como o indivíduo preocupado também pela variável ambiental em suas escolhas, de modo que os produtos que não agredem o meio ambiente são priorizados em relação aos demais. Os consumidores verdes ainda não constituem a maioria da população, mesmo porque existem barreiras, como o preço, que dificultam a expansão deste mercado.¹²⁵

¹²⁴ PORTILHO, 2010, p.54.

¹²⁵ Ibidem, p. 54.

Outrossim, é importante ressaltar, que nem sempre o consumo consciente, implica no ato de consumir somente produtos verdes, as “ações ambientais conscientes, bem informadas e preocupadas com questões ambientais aparecem como nova estratégia de mudança em direção à sociedade sustentável.”¹²⁶ Estas ações podem ser implementadas de modo variado, procurando ampliar o entendimento do consumidor quanto às opções de compra que lhe são apresentadas, em conjunto com a necessidade que ele deve assumir de se responsabilizar pelos impactos do seu livre arbítrio.

Os indivíduos estão agindo de acordo com seus valores por meio do poder de suas escolhas [...]. Numa tentativa individual de se proteger e de protegerem o planeta, esses consumidores estão moldando uma nova tendência denominada consumerismo ambiental, só comprando produtos que consideram verdes e deixando produtos não verdes na prateleira.¹²⁷

Devemos, ainda, pensar que a mudança no consciente também está relacionada com vários fatores: sejam eles valores sociais, ambientais e até mesmo espirituais, que influenciarão nas escolhas dos consumidores.¹²⁸

As ações individuais no mercado quando apoiadas na consciência ambiental são importantes para as mudanças necessárias rumo à sustentabilidade. Isto porque a soma das ações individuais pode resultar em uma massa capaz de exigir do mercado uma grande mudança de comportamento. De certo modo, isto já vem ocorrendo, porque as empresas notaram um novo nicho de mercado formado por pessoas de maior consciência ambiental.¹²⁹

É importante refletir que, para a mudança do comportamento tradicional para o comportamento cujas ideias e conceitos são voltados para a ideologia ecológica, o consumidor

¹²⁶ PORTILHO, 2010 p. 54-55.

¹²⁷ DIAS, 2009, p.8.

¹²⁸ A exemplo dos rótulos alimentares: *Kosher e Halal* que identificam produtos fabricados de acordo com a lei religiosa do judaísmo e do islamismo, respectivamente. Estes selos têm certificação de terceiros e outras disposições regulamentares que envolvem uma mistura de atores públicos e privados. A regulamentação da segurança em matéria alimentar envolve atualmente um grande número de atores públicos e organizações públicas e privadas com funções complementares, sobrepostos ou concorrentes. Em alguns casos, a regulação privada é largamente independente da regulação pública (como o rótulo do *Marine Stewardship Council* - líder em certificação e rotulagem ecológica para frutos do mar sustentáveis a nível mundial.); em outros casos, regulação privada é encorajada ou imposta pelos atores governamentais (como por exemplo os códigos de higiene industrial).

¹²⁹ PORTILHO, 2010, p.15.

deve reconhecer que é necessário mudar e quais os benefícios dessa mudança. Não são muitas as pessoas que se engajam com comportamentos pró-ambientais. Para alguns, adquirir produtos verdes é mais uma questão de ser cool, do que uma atitude de defesa e manifestação de opinião. A maioria das pessoas, infelizmente, não está preparada para ultrapassar o campo da discussão sobre as questões do ambiente e mudar sua rotina, seus hábitos e comportamentos, que muitas vezes envolvem sacrifícios ou perda de conforto.

Mas, ainda assim, todos os esforços devem caminhar no sentido de promover a política do consumo verde. É um apelo que se faz em do coletivo e do bem-estar individual. São barreiras que são rompidas, preconceitos que são destruídos e novas escolhas que passam a ser feitas porque há a compreensão de que a natureza é vida e somos responsáveis por ela.

É importante esclarecer que o consumo verde é diferente do consumo sustentável. O consumo verde está relacionado, sobretudo, sobre os impactos sobre o consumo, debatendo mudanças comportamentais, de design, utilização de determinada tecnologia para a fabricação de dado produto. Já o consumo sustentável apresenta um contorno mais complexo. Não se trata apenas de consumir algo que utilize processos ecológicos em sua produção, mas englobam diversos elementos, desde o modo de plantio e extração de determinada matéria à distribuição de recursos e bens numa escala global. O consumo verde pode atender a um grupo de pessoas, mas o consumo sustentável reflete na vida até mesmo daquele que não faz uso.

O ganho social deve, em boa medida, superar o ganho econômico, estimulando ações condizentes à preservação ambiental e desestimulando aquelas que degradam o meio ambiente, e, dessa forma, age sem prejudicar o desenvolvimento econômico, buscando, em verdade, o desenvolvimento sustentável, além de ser importante ferramenta para evitar gastos, presentes e futuros, advindos dos prejuízos decorrentes da degradação ambiental.

4.5. DA FABRICAÇÃO DO PRODUTO AO DESTINATÁRIO FINAL: O DIREITO À INFORMAÇÃO

A proteção do ambiente tem sido realmente objecto de consideração jurídica internacional desde a década de 1970. Na verdade, a Conferência de Estocolmo de 16 de

junho de 1972 deu origem a uma declaração sobre o ambiente e a um plano de acção para a sua conservação. Outros eventos e declarações internacionais seguiram, embora com mais ou menos sucesso. Este impulso internacional reflete o surgimento gradual de um direito a um ambiente saudável, reconhecido explícita ou implicitamente a nível regional e nacional. Assim, embora o direito da UE consagra, sem dúvida, o direito a um ambiente saudável, os requisitos da proteção ambiental devem ser integrados a fim de promover um "desenvolvimento sustentável".

Aliado a este fator, outros benefícios foram alcançados, tal como o direito à informação. Muito tem se falado sobre a necessidade de se manter informado e versado sobre o produto a ser consumido, porém, a informação é muito mais do que saber valor nutricional e económico daquele item, mas se fizermos uma análise aprimorada é possível entendermos o percurso que o produto/alimento fez do campo até chegar à nossa mesa e o valor económica agregado nele.

Sobre Acesso à Informação, não há como não falar do marco mais emblemático que é a Convenção de Aarhus¹³⁰. Assinada em 25 de fevereiro de 2005, ela possibilita a participação pública na tomada de decisões e acesso à justiça ambiental.

Junto com a evolução da sociedade, que se mostra cada vez mais rápida, percebe-se a necessidade de expandir também o direito à informação para todos os indivíduos que participam hodiernamente dessas mudanças evolutivas, afinal, à informação é entendida nas sociedades contemporâneas como um direito fundamental do homem, e além do mais,

¹³⁰ A Convenção de Aarhus é um dos instrumentos mais importantes e emblemáticos do Direito Ambiental Internacional. Assinado na Dinamarca em 25 de junho de 1998, teve como objetivo assegurar o acesso à informação, a participação do público no processo de tomada de decisão e o acesso à justiça em matéria de ambiente. A Convenção promove desenvolvimento sustentável através das partes envolvidas no processo. A todos os membros são imputados direitos e deveres, são eles: o direito de acesso à informação em relação ao ambiente, o direito de participação popular e o direito de acesso à justiça ambiental.

Como bem explica o Prof. Dr. Rui Lancelo: “O primeiro destes direitos vem garantir o acesso do público à «informação em matéria de ambiente», definido de forma muito abrangente, na posse das autoridades públicas, sem que tenha de provar ter um interesse na questão (artigo 4.º, n.º 1, da Convenção de Aarhus). Uma outra dimensão deste acesso abrange deveres de recolha e difusão de informação em matéria de ambiente por parte das Partes da Convenção (artigo 5.º). O direito de participação do público nos procedimentos de tomada de decisão em sobre actividades específicas encontra-se previsto no artigo 6.º da Convenção. Aí se abrangem as actividades listadas no anexo I, bem como outras actividades que podem ter impactes significativos no ambiente. O artigo 7.º diz respeito à participação do público nos procedimentos relativos a planos, programas e políticas em matéria de ambiente e o artigo 8.º a participação na preparação de regulamentos e ou instrumentos normativos legalmente vinculativos aplicáveis na generalidade que possam ter efeitos significativos no ambiente. Por fim, a Convenção de Aarhus reconhece o direito de acesso à justiça no seu artigo 9.º” LANCEIRO, Rui Tavares. **O direito de acesso à informação ambiental em Portugal: alguns problemas.** In: A trilogia de Aarhus, 2015, Lisboa: ICJP, p. 31-32.

também agrega a ideia de proteger a sua capacidade intelectual. Gera-se dessa forma, uma conscientização das pessoas para que participem de maneira positiva na construção de um ambiente ecologicamente equilibrado.

Já a falta de informação, prejudica o homem na composição de um pensamento analítico e justamente por isso, o direito à informação vem sendo cada vez mais protegido por leis, decretos, convenções internacionais, e até mesmo no direito interno em diversos países, afinal trata-se de um mundo cada vez mais evoluído e globalizado.¹³¹

A classificação do direito à informação¹³² no elenco dos direitos fundamentais significa principalmente a batalha pela liberdade de expressão do indivíduo como ser apensante. Muitos autores classificam tal direito como garantidor da autonomia da expressão do homem, afinal se percebe que, em um Estado onde a previsão legislativa de proteção à informação, seja ela ampla ou reduzida, revela a transparência ou não das suas informações, afinal o poder público é o detentor da maioria das informações.

Face à importância da livre circulação da informação como contributo à formação da opinião do cidadão, a Constituição Portuguesa de 1976 consagrou, em seu art. 37º, a liberdade de informação, “constituída pelos direitos de informar, de se informar e de ser informado.”¹³³ O triplo formato do direito de informação possui importantes resultados na definição do âmbito normativo.

¹³¹ PRIEUR, Michel. *Droit de L'Environnement*. 5.ed. Paris: Dalloz, 2004. p. 105.

¹³² A Profª Drª Carla Amado Gomes, pontuou o direito de acesso à informação ambiental da seguinte forma: A Lei 19/2006, de 12 de Junho, fruto da transposição da directiva 2003/4/CE, do Parlamento Europeu e do Conselho, de 28 de Janeiro traz que: - a informação deve ser disponibilizada ao requerente sem que este tenha de provar qualquer interesse qualificado; - a informação, a recusa de informação ou o diferimento da informação devem ser providenciados em prazo curto, e em regra não superior a um mês, salvo especial complexidade no tratamento ou na reunião da informação; - as razões de diferimento ou de indeferimento devem estar expressa e taxativamente previstas na lei; - a efectivação do direito à informação deve estar garantida através de vias jurisdicionais céleres, sem embargo da coexistência destas com meios intraadministrativos, de uso facultativo, que providenciem uma alternativa (ainda) mais célere, informal e gratuita. GOMES, Carla Amado. **The (green) heart of the matter: a vertente procedimental da tutela do ambiente e a revisão da Lei de Bases do Ambiente**. In: Colóquio sobre A Revisão da Lei de Bases do Ambiente, 2011, Lisboa: ICJP, p. 134. A lisura e clareza dos procedimentos são sempre características presentes em cada etapa. A participação pública também é estimulada com consultas públicas organizadas e divulgadas previamente.

¹³³ PINTO, 1994, p.54.

O texto dispõe a ideia de que o direito de informar é um instrumento do Estado, de extrema importância, onde prevalece à comunicação com a população e que permite que os fatos que acontecem na esfera administrativa, e que seja de interesse da população, possa ser comunicado a todos, aguçando o senso crítico dos cidadãos, e transmitindo naturalmente a informação para que assim outros também possam exercer sua cidadania.

Já na segunda face o cidadão tem o direito ser informado, de maneira clara, objetiva e principalmente verdadeira, não só pelos meios de comunicação, como também pelos setores públicos, surgindo assim a preocupação do legislador de garantir ao indivíduo os direitos do receptor. Assim, o cidadão ao ter conhecimento dos fatos, consegue construir o seu próprio conceito sobre a informação repassada, assegurando justamente a liberdade de expressão, mesmo com os limites impostos, assegurando sua participação na expansão política do Estado.

Na terceira face, apresenta-se o direito de se informar, tido como um dos mais relevantes direitos, pois a esse está unida a liberdade de participação do indivíduo no processo de informação. Juntamente com o princípio da dignidade da pessoa humana, surge na evolução da sociedade, a liberdade, entendida como sentido amplo, em que a pessoa pode escolher as fontes da informação desejada e assim concretizar livremente a sua opinião sobre o assunto e desta forma fazer a sua participação na sociedade.

Para Boaventura de Sousa Santos: “A sociedade da informação é uma sociedade global”¹³⁴ onde todos estão interligados através das redes, das informações passadas em geral e através de diversos meios de comunicação. Hoje, o mundo encontra-se na chamada sociedade da informação, quando processos de comunicação estão cada vez mais interligados. Onde computadores em todo o mundo reduz distâncias, permitindo o acesso a informações, dados, conteúdos a todo instante superando os conceitos pré-existentes e os atualizando com muita velocidade.

A informação é um instrumento necessário, pois através dela o consumidor vai ter conhecimento do que de fato estará ingerindo e poderá analisar se aquele produto está dentro do seu regime alimentar. Entretanto, a Segurança Alimentar deve ser realizada sem comprometer o acesso a outras necessidades essenciais, com base em práticas alimentares

¹³⁴ SANTOS, Boaventura de Sousa. A globalização das ciências sociais. 4. ed. São Paulo: Cortez, 2011. p. 350.

saudáveis, contribuindo assim para uma existência digna em um contexto de desenvolvimento integral da pessoa humana e construção de opções de hábitos alimentares em modos de vida.

No âmbito do direito ambiental, a informação se apresenta de maneira extremamente importante, afinal, as diversas questões que afetam o cidadão atualmente, ultrapassam os limites de apresentação apenas de dados técnicos, ou seja, é um instrumento que visa principalmente a proteger o meio ambiente, “esse direito corresponde ao exercício de uma atitude passiva e receptícia.”¹³⁵

A origem do acesso à informação em relação ao meio ambiente surge diante das diversas crises ambientais, onde a transparência por parte da Administração, permite que as pessoas tenham uma amplitude em relação às questões relacionadas ao ambiente e assim possam ter uma participação mais ativa, protegendo não só o meio ambiente, mas também a sua própria vida. Portanto, a concepção de informação ambiental nos últimos tempos tem sido destacada e ampliada cada vez mais em diversos documentos internacionais, trazendo esclarecimentos sobre as informações relacionadas ao meio ambiente.

A Diretiva 90/313/CEE¹³⁶, apresenta-se com um destaque primordial, pois apresenta um dos primeiros contornos do conteúdo da informação ambiental e também por ser um importante marco rumo à melhoria da democratização das políticas ambientais. Seu art. 2º afirma que se trata de informação sobre o ambiente, aquela disponibilizada de diversas formas, tais como: visual, escrita, oral ou com dados baseados no estado do solo, do ar, da fauna, flora, ruídos que provocam perturbações, como também medidas até mesmo administrativas, que têm como objetivo a proteção do mesmo.

O surgimento da Convenção de Aarhus traria, tempos depois, conceitos ainda mais aprofundados do que a Diretiva 90/313/CEE. Mesmo com as diversas legislações e seus variados conceitos acerca do tema, percebe-se que, atualmente, a definição mais detalhada diz respeito à Diretiva 2003/4/CE, que traz o conceito relacionado à informação ambiental mais amplo do que o apresentado pela Convenção de Aarhus, pois também adiciona informações relativas às zonas úmidas, às zonas litorais e marinhas.

¹³⁵ MIRANDA, 2003, p.455.

¹²⁵ A Diretiva 90/313/CEE do Conselho entrou em vigor no dia 31 de dezembro de 1992 e foi substituída pela Diretiva 2003/4/CE do Parlamento Europeu e do Conselho que entrou em vigor no dia 14 de fevereiro de 2005. RIDB, Ano 2 (2013), nº 12 | 14241.

Apesar da existência de casos onde o Estado recuse pedido de informações ambientais, mesmo que de forma restrita, vale destacar a importância da divulgação das mesmas, tendo em vista fazerem parte da realidade cotidiana do ser humano em vários aspectos, sendo a regra principal sempre priorizar a disponibilização das informações.

Devem-se ressaltar, também, as características dessa informação para que a mesma alcance seu objetivo final. A veracidade destaca-se pelo seu prestígio, afinal, sempre que uma informação é solicitada pelo cidadão, através de um órgão público, por exemplo, espera-se principalmente a verdade relacionada àquele fato. Desta forma, o indivíduo poderá emitir sua opinião, ou até mesmo agir diante da ocorrência de um confronto de fatos.

Importante destacar outras características do acesso à informação. A acessibilidade deve ser de maneira simples para todo cidadão, jamais se admitindo qualquer obstáculo para tanto, afinal, existiram épocas em que autoridades públicas, com a cultura de sigilo, dificultavam esse acesso, tendo a posse absoluta das informações.

Apesar de, atualmente, ainda existirem casos de entraves à informação, a evolução ao acesso merece destaque, pois, aos poucos, o Estado passa a perceber que apesar de possuir a informação, essa não deve ser tida como sua propriedade absoluta. Mostra-se assim, um ajuste por parte da administração aos regimes democráticos.

A qualidade é outra característica que merece destaque, tendo em vista que é composta por dados técnicos fundamentais em se tratando de matéria ambiental, apesar de tais dados muitas vezes se apresentarem de maneira complexa para o cidadão comum. A informação, portanto, nesses aspectos precisa ser completa, para que assim consiga transparecer o que se pretende informar.

Ainda em relação à qualidade, está presente na Diretiva 2003/4/CE em seu art. 8º, que os Estados Membros devem, na medida do possível, assegurar que as informações recolhidas por eles sejam atualizadas, exatas e comparáveis. Ao indivíduo interessado em saber sobre os procedimentos realizados tratando-se de substâncias, resíduos, emissões e outras libertações para o ambiente, é assegurado por lei que as autoridades competentes forneçam os dados necessários, para que o cidadão consiga formar a sua opinião com base científica. Apesar dos dados se apresentarem com certa complexidade, eles são fundamentais para que o cidadão participe ativamente da proteção do ambiente.

A informação, além de ter que ser completa e possuir qualidade, deve também se constituir de clareza, apesar da complexidade antes citada, de alguns dados. Importante ressaltar que, quando a informação era negada por parte da autoridade, a justificação se dá pela obscuridade da informação diante do caráter técnico. Porém, com o aumento do nível de instrução do cidadão, surge a necessidade de manter a população sempre informada.

Por ser muito técnica, a informação ambiental precisa apresentar, de forma clara, toda a sua complexidade, pois a tecnicidade não deve ser um obstáculo intransponível. Embora por muito tempo o caráter técnico e complexo da informação ambiental tenha servido de justificativa para não a fornecer, o aumento generalizado dos níveis de instrução da população e o papel cada vez mais importante do ambiente nas decisões públicas evidenciaram a necessidade de manter a população informada, já que a ausência dessa, não acompanha o desenvolvimento mundial, ou seja, a nova ordem social.

Assim, é cada vez mais latente a necessidade de transmitir a sociedade, informações acessíveis, devendo as autoridades públicas se comprometerem com a viabilidade da informação quando passada ao indivíduo de modo geral, afinal, a informação sem compreensão jamais terá utilidade.

A celeridade se destaca como última característica, principalmente quando se trata de meio ambiente. Portanto, a informação deve ser completa, compreensível, acessível e célere. Quando se fala em celeridade, busca-se também uma organização operacional capacitada, tanto para informar quanto para tomar providências cabíveis quando necessário, afinal sempre que há uma atitude degradadora no ambiente, todos devem arcar com as consequências e ações demoradas não contribuem, apenas atrapalham.

Citando o Princípio 10 da Declaração do Rio de Janeiro sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, o qual dispõe que:

“[...] o melhor modo de tratar as questões do meio ambiente é assegurando a participação de todos os cidadãos interessados, no nível pertinente.”¹³⁷

¹³⁷ RIO DE JANEIRO, 1992, p.2.

É dever de todos o cuidado com o meio ambiente. O Estado, principal protagonista nessa luta, pela sua força e recursos, não alcançará a efetiva proteção ambiental, ou pelo menos não a conseguirá plenamente, se os cidadãos não estiverem imbuídos da sua responsabilidade para o meio onde vivem.

Simples condutas como a reciclagem do lixo, ou a opção de compra por produtos orgânicos no nível individual, podem surtir enormes efeitos no âmbito global, sobretudo quando se considera que há condutas que apenas os indivíduos, conscientes de suas responsabilidades com o meio em que habitam, podem e devem tomar para melhorá-lo.

Em todo caso, onde há pluralismo de opiniões, convicções, comentários, informações e julgamento a liberdade de expressão se estabelece como parte essencial do modelo democrático a fim de trazer dentro de uma esfera social e política a possibilidade de autonomia, identidade e facilidade na comunicação, no sentido de que esta, ao prover o pluralismo de opiniões e político, não impede uma abordagem conjunta de tais liberdades, que, como em outras ordens constitucionais, compõe um complexo de liberdades comunicativas e que, mediante a devida ressalva das peculiaridades relativas às diversas manifestações da liberdade de expressão, podem ser tratadas em bloco. Segue também esta linha de tratamento em bloco Machado¹³⁸ que considera a liberdade de expressão um “direito mãe” da qual derivam todas as demais liberdades comunicativas.

4.6. A CRISE EUROPEIA E A ESCOLHA POR PRODUTOS E SERVIÇOS VERDES

Analisando o histórico econômico mundial, é possível notar que o crescimento econômico das sociedades modernas, sobretudo do séc. XV – Época do mercantilismo e grandes descobertas de além-mar, foi baseado em um modelo capitalista não intervencionista, o qual foi fato gerador de desenfreado aumento da degradação ambiental, quando o objetivo primordial era o lucro, sem qualquer preocupação com a preservação dos direitos sociais dos indivíduos, bem como do meio ambiente, que passou despercebido como um direito fundamental até o advento do séc. XX.

138 MACHADO, 2002, p. 416.

Ocorre que a estrutura do Estado sofreu modificações e, com isso, foi possível perceber os reflexos das transformações sociais, de pensamentos e de comportamentos e, conseqüentemente, tais transformações surtiram efeitos sobre o mundo jurídico. O Estado moderno passou a buscar, principalmente em fins do século XIX e começo do século seguinte, sobretudo com os sucessivos fracassos do modelo liberal-burguês, um planejamento de organização em busca do bem-estar e segurança de sua coletividade.

Buscando efetivar o Estado Democrático de Direito, foram difundidas ideologias voltadas à garantia da dignidade da pessoa humana, instrumentos imprescindíveis para a atuação do Estado na intervenção direta e indireta na economia e nos aspectos sociais. Como exemplo de espécie de atuação do Estado em prol do alcance deste pilar, podem-se considerar como de suma relevância as políticas públicas voltadas para a concretização de um meio ambiente sadio, contexto em que tais ações se fazem imprescindíveis.

Dessa forma, torna-se interessante a análise da viabilidade de utilização do instrumento do rótulo ecológico ambiental, para que, mesmo em momentos de crise, sejam promovidos a fim de ajudar o consumidor a escolher produtos que não agridam ao ambiente.

Atualmente, em um mundo cada vez mais globalizado, a sociedade é caracterizada por um estilo de vida consumista de maneira desenfreada e sem limites. Diante desse dilema, encontra-se o consumidor, que deve ser amparado pela criação de uma política protetiva, em conjunto com a proteção do meio ambiente, afinal o planeta encontra-se em um problema de escassez dos recursos naturais.

Necessita-se de uma política unitária, coerente e eficaz, a qual, através de uma ação de dinâmica, complexa e multifacetada e medidas articuladas, integradas e eficazes, ou seja, onde através de meios idôneos e eficazes, onde esteja alinhado o esforço da população, com a contribuição dos governos e das empresas na solução de uma causa comum – o nosso futuro.¹³⁹

A proteção ao consumidor pode ser percebida na consagração do direito à informação, encurtando a distância que existia entre o produto e aquele. O objetivo de tutelar direitos ao

139 MONTEIRO, 1996, p.384.

consumidor é que esse esteja em plena condição de exercer o seu livre arbítrio, que seja “livre, racional e fundada em conhecimento sólido” ¹⁴⁰

Para tanto, o direito de informação deve ser utilizado exaustivamente, pois através da informação é possível obter o convencimento, o que chama Leitão de: “[...] um poder de persuasão inegável”, que influencia a “[...] capacidade de discernimento e o comportamento humano.” ¹⁴¹

Afinal, quando abastecido das informações úteis e verídicas, o consumidor estará hábil para de forma mais equilibrada fazer escolhas responsáveis. Em tempos de crise, é necessário e urgente que cada cidadão reconheça que suas atitudes, ainda que individuais, contribuirão para o avanço ou para a instagnação da economia. Influenciará na superação da crise ou na sua morridão, pois, nesse momento, a tendência é que os governos apresentem estratégias para emergir da crise, e a população deverá responder às novas diretrizes.

Como, por exemplo, através do consumo, que, em qualquer momento de crise econômica será um dos primeiros comportamentos a ser reavaliado. Escolha por produtos mais baratos, saldos, descontos, é um dos artifícios implementados pelas lojas para que continue havendo fluxo, o dinheiro circule. Mas como o cidadão pode tomar conhecimento do que é melhor para ele? O que servirá de base para sua conduta? Será que mudar a forma com a qual se escolhe os serviços e produtos do dia a dia é algo supérfluo?

Um dos pontos cruciais que o consumidor deve se ater, principalmente em época de recessão, é estar atento às informações que são prestadas. Além do que, mesmo em tempos difíceis, a promoção da proteção do ambiente deve ser incansavelmente defendida. A defesa do ambiente é e deve ser uma estratégia de economia a longo prazo. Ainda que, possivelmente, algum serviço ou produto ecológico possa apresentar um valor de mercado mais alto, não haverá tantos gastos no futuro. Não terão que investir em tanto reflorestamento, preservação de mata, espécies, investimento em medicamentos, porque as pessoas estão ficando cada vez mais doentes, uma vez que desde hoje, foi priorizado por escolhas que respeitem o meio ambiente.

¹⁴⁰ LEITÃO, 2002, p.51.

¹⁴¹ Ibidem, p. 51.

Não há por que se justificar qualquer economia no mercado, em troca do desgaste ambiental. É preciso que o povo tome consciência e que estejam informados quando aos procedimentos e seu dever em participar ativamente desta ação. Acerca do direito à informação ambiental pode ser compreendido:

[...] o acesso à informação ambiental assume, por si só, uma dimensão de *participação política*, que se traduz num simples desejo de estar informado sobre as intervenções, públicas e privadas, em bens de fruição colectiva. Depois, poderá revelar uma feição *pedagógica*, dotando o indivíduo do conhecimento essencial à determinação da sua interacção, nos planos pessoal e profissional, com o ambiente. Finalmente, descortina-se ainda uma vertente *instrumental* do direito à informação ambiental, no seu entrelaçamento com o direito à participação na tomada de decisões com incidência ambiental.¹⁴²

O direito à informação está ligado ao princípio e correlativo direito de participação, pois apenas um consumidor informado poderá ser um consumidor participativo, que terá interesses a defender sobre seus direitos. Destaca-se o rótulo ecológico como ferramenta de transmissão da informação.

Portanto, apesar do mundo evoluir diariamente, da possível instabilidade acometida pelas crises e dos conflitos políticos serem constantes, a política ambiental deve sempre se voltar para um consumo consciente, moderado, de forma duradoura, que prolonga ecologicamente a vida dos produtos, e contribui para o equilíbrio das finanças, mesmo em tempos de crise.

¹⁴² GOMES, 2013, p.63.

6. CONCLUSÃO

No coração de todo homem, seja qual for a raça a que pertença ou posição que ocupe na vida, existe um inexprimível anseio de qualquer coisa que ainda não possui. Este anseio é implantado na própria constituição do homem, por um Deus misericordioso, para que ele não se satisfaça com seu estado atual e suas conseqüências presentes, sejam elas más, boas ou ótimas. É desejo de Deus que a humanidade procure o melhor e o encontre, para bem-aventurança eterna de sua alma.¹⁴³

O mundo, inclusive o continente Europeu, está a passar por um período de crise que afeta diversas vertentes, inclusive no que se refere à degradação dos ecossistemas e quanto à sustentabilidade econômica. Nesse contexto, a sociedade enfrenta o desafio de estimular um desenvolvimento da economia concomitantemente com a necessidade de garantir a proteção do meio ambiente.

Ao se ter por base a conciliação do desenvolvimento econômico com a conservação ambiental, a ideologia da sustentabilidade passou a estar presente em campos diversos. Isso se deve ao fato da necessidade de trazer uma consciência mais real às pessoas, acerca do que é mister para alcançar soluções no que se refere aos atuais problemas ambientais, assim como é imprescindível a criação de estratégias destinadas a tais melhorias.

A preocupação com as questões ambientais reflete justamente o medo que o homem tem de não existir no futuro condições da vida humana no planeta Terra, ou seja, há que planejar a vida agora, controlar comportamentos nocivos, criar estratégias de recuperação daquilo que sofreu agressão para que os descendentes deste mundo tenham condições de viver com qualidade.

Afinal, qual a vantagem em ingerir alimentos contaminados, ver recursos naturais como a água tornar-se poluída ao ponto de não poder ser consumida? Qual o ganho em respirar um ar não sadio? Como conviver bem em um contexto em que a qualidade de vida torna-se tão baixa e com tantos conflitos por comida? A continuidade da degradação sem limites coloca a vida humana em risco e pode chegar às proporções de um planeta inabitável.

Em razão da sensibilidade em enxergar essa possibilidade, passou-se a desenvolver o conceito de desenvolvimento sustentável, o qual foi apresentado no Relatório Brundtland,

¹⁴³ WHITE, 1991, p. 8.

formado pela Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento e reafirmado na Eco 92 no Rio de Janeiro. Esse relatório, o qual tem influenciado as esferas públicas e privadas, traz a seguinte conceituação:

Em essência, o desenvolvimento sustentável é um processo de transformação no qual a exploração dos recursos, a direção dos investimentos, a orientação do desenvolvimento tecnológico e a mudança institucional se harmonizam e reforçam o potencial presente e futuro, a fim de atender às necessidades e aspirações humanas.¹⁴⁴

Ressalte-se que esse conceito, que, como já dito, funciona como base para a implementação de políticas públicas, não foi elaborado rapidamente. Pelo contrário, foi desenvolvido ao longo de várias reuniões em que estavam presentes representantes de países diversos.

Uma ferramenta importante, que se destaca no âmbito das políticas públicas é o rótulo ecológico europeu, representado por uma Flor. Escolhido pela União Europeia para estimular o crescimento econômico, atuar na proteção do meio ambiente e influenciar o comportamento do consumidor, é apresentado através de selos ou rótulo, para discriminar o que é um produto verde e o que não é.

Muito embora já existam diversos textos e artigos tratando da rotulagem ambiental, o presente trabalho pretende contribuir com os estudos nessa área, através de uma abordagem acerca da função que o rótulo apresenta, especificamente nesse momento de crise. É nossa intenção analisar a atitude do consumidor, compreender suas escolhas quando a palavra de ordem do momento é economizar e como a preferência pelos selos verdes pode constituir novos padrões de consumo.

Outrossim, com o intuito de ganhar profundidade na matéria, analisamos a contratação pública sustentável e como o rótulo ecológico se destaca nos contratos administrativos, nos fazendo perceber que, nos dias atuais, o Estado compreende o seu compromisso em atuar nas causas ambientais, em prol da proteção do ambiente e do bem-estar social, tomando posse do princípio do desenvolvimento sustentável, ponto bastante trabalhado nesta dissertação.

Embora, no meio científico e acadêmico, a certificação ambiental não seja ignorada, é inegável que a quantidade de publicações e material disponível acerca do tema não

¹⁴⁴ BRUNDTLAND, 1991, p. 49.

acompanha a real importância que a sua função traduz. A rotulagem precisa continuar avançando e invadindo outros espaços. Afinal de contas, a proteção do ambiente não deve ser restrita a alguns setores, mas deve ser oferecido a toda área de atuação humana. Se há algum pretensão impacto no ambiente, deveria então haver a avaliação desse procedimento, a fim de rotulá-lo como ecológico ou não.

Alguns estudiosos defendem que deveria existir um selo que informasse o consumidor que aquele bem ou serviço não estava de acordo com as normas ambientais, extinguindo com o campo neutro no mercado, pois todos os produtos seriam certificados em prol da natureza ou contra a mesma. A esses rótulos de caráter punitivo, eu chamaria de rótulos vermelhos ou rótulos negros contrapondo o significado ecológico a que a nomenclatura rótulo verde nos remete.

Apesar disso, os impactos dos rótulos ambientais apresentam-se de forma tão expressiva que vão além de atributos concernentes à qualidade, afinal implicam em efeitos relevantes no contexto de comerciantes de produtos verdes e de governos e ONGs que promovem a política dos rótulos ecológicos; eles protegem o meio ambiente à medida que criam critérios baseados na defesa do ambiente, se apropriando do poder do princípio da prevenção para evitar riscos que são úteis, sobretudo a longo prazo, eles rompem barreiras territoriais e culturais, estabelecem uma linguagem universal e influenciam o comportamento do consumidor.

Nesse momento tão difícil em que o mundo se encontra, onde a economia é instável, países estão em guerra e grandes potências mundiais rompem alianças, a linguagem que a defesa do meio ambiente impõe continua sendo importante e, em determinados casos, funciona como um elo que se reforça pelo discurso de mesmo interesse.

Com grande exceção a alguns governantes que se alistam ao lado dos defensores do meio ambiente, está o atual presidente dos Estados Unidos, Donald Trump, que, desde a campanha presidencialista, afirmou abertamente em seus discursos que não cumpriria com determinados pactos ambientais antes assumidos pelo país.

A campanha um tanto polêmica, do agora presidente, conquistou os americanos, e ele já colocou em prática o que se propusera fazer, caso ganhasse as eleições. Ele já eliminou os limites às emissões de poluente, já permitiu que houvesse a construção, em uma propriedade indígena, de uma passagem de um oleoduto de óleo mineral, mesmo sendo censurado por

especialistas que manifestavam posição científica contrária a esse projeto e ele segue com um discurso anti-proteção do meio ambiente. Totalmente característico de um período de grande expressão econômica, em que houve forte desenvolvimento industrial, porém de grande devastação e tragédia ambiental.

Em tempos de crise, em que a segurança global está em discussão – e quando falo em segurança ela se refere à toda e qualquer dimensão, seja ela, segurança no âmbito político, jurídico, econômico, social, moral, e ambiental – posições como a do atual presidente americano, enfraquecem a implementação de políticas públicas a nível mundial. Pois, promover a segurança global já é um desafio e ao contrário do que possa parecer, para que o mundo crie mecanismos universais que funcionem, precisa desenvolver estratégias semelhantes, que se adequem à realidade de cada nação ou povo, mas que possam obter os mesmos resultados, ainda que em diferentes lapsos temporais.

Em outras palavras, significa implementar políticas públicas que contenham a mesma intenção e que procurem reforçar os mesmos valores em todo o mundo. Essa estratégia evolui de maneira mais lenta, no entanto, acontece de forma eficiente. No âmbito da segurança ambiental, ela ajuda a construir uma nova forma de relação do homem com o ambiente.

Ademais, outras estratégias de políticas públicas para a rotulagem ambiental na Europa estão sempre em discussão, pois com o transcorrer natural dos dias, a sociedade muda a sua concepção e posição frente às diversas questões. Aprendem sobre os rótulos, adquirem novos hábitos e demonstram novas necessidades, que impulsionam o Poder Público a atuar em nome do povo e para o povo, suprimindo a lacuna existente na legislação atual através de diretivas, normas ou implementando ações direcionadas a mais adequada utilização e aplicabilidade dos rótulos. Assim, novos caminhos serão traçados com o objetivo de facilitar o acesso ao produto, melhorar a qualidade dos mesmos e credibilizar a certificação ambiental.

Como exemplos de políticas públicas que podem ser utilizadas para promover a certificação ecológica estão o *Advocacy Coalition Framework*, as políticas *bottom up*, ambos são apresentados como um meio eficiente de implementar estratégias que viabilizem o uso e aceitação dos rótulos no mercado.

Pensar verde, principalmente em tempos de crise, tem sido um desafio, tanto para consumidores, como para empresários, como para o setor público. Pois, cada grupo deve criar

alternativas que adequem a proteção ambiental às suas necessidades, não apenas de um modo subjetivo, mas essencialmente prático.

Para tanto, a relação com os produtos e serviços amigos do ambiente deve ser um critério de escolha natural, razoável e desprendido. Um consumidor pode se importar muito com o meio ambiente, mas continuar escolhendo os produtos regulares. Não experimenta a mudança e nesses casos a implementação de políticas públicas se faz necessário.

O mercado ambiental, a fim de sustentar seus próprios benefícios em um campo ferozmente competitivo, utiliza alguns artifícios que viabilizam a disseminação dos produtos ecológicos, através de anúncios de proteção ambiental, rótulos com estampas com referência ao meio ambiente, cores frias como o verde e o azul estão sempre em uso, para incutir no consciente das pessoas, características sobre os produtos ecológicos e facilitar a aceitação. Assim, através de toda essa estratégia de *marketing*, será possível atrair grande número de clientes.

A influência dessas estratégias no mercado econômico e no comportamento do consumidor são analisadas neste trabalho de uma forma ampla. Pois, é necessário ter conhecimento sobre o impacto positivo e negativo desse artifício no mercado verde e entender como o processo de percepção psicológica dos consumidores acontece. Reforçar a credibilidade dos consumidores no rótulo verde é um dos objetivos da propaganda em torno da rotulagem ambiental, pois a confiança é uma das forças motrizes mais importantes para incentivar os consumidores a promover o comportamento de compra.

Quando, algumas empresas se utilizam das propagandas abusivas e enganosas, elas induzem o consumidor a optar por um produto que não corresponde às informações declaradas no rótulo. Ao veicular uma imagem verde em seu anúncio e omitir informações ou fatos que comprovem que os produtos estão sendo fabricados sob nenhuma obediência à legislação de proteção ao meio ambiente, a empresa faz com que os seus consumidores acreditem que estão comprando de uma empresa ecologicamente correta quando isto não corresponde exatamente à verdade. Essa prática é conhecida dentro do meio do *marketing* verde como o *greenwashing*, reprimida e não aceita pela norma jurídica e moral, por motivos demasiadamente óbvios: ela faz uso do engano para comercializar, favorecendo a concorrência desleal e trazendo prejuízos para os consumidores e para o mercado ecológico.

Em diversas situações, as empresas agroalimentares se utilizam da publicidade enganosa para induzir a compra dos produtos que eles oferecem no mercado. Através de um *marketing* desonesto, tenta convencer o consumidor de que vale a pena adquirir aqueles produtos, ainda que não necessários à sua dieta. Assim como em qualquer relação de consumo, o modo como compramos diz muito sobre os nossos hábitos, por serem portadores também de símbolos e valores. Também exercem influência nas escolhas, o preço do produto, os hábitos culturais, a crença religiosa, o local de moradia, a posição social, dentre outros.¹⁴⁵

A economia verde traz em si aspectos importantes para a difusão do mercado ambiental e defende a necessidade de informar claramente o consumidor sobre as características do produto. Ela não propõe a comercialização como um fim em si próprio, mas oferece ao consumidor inovação e estímulo da cooperação entre os vários participantes da cadeia de abastecimento do mercado ecológico. Mais conhecido como ecoinovação e *ecodesign*, vistas cada vez mais como meios de se atingir maior estabilidade econômica e a sustentabilidade ambiental e social.

Pensar de acordo com o ciclo-de-vida tem-se tornado cada vez mais importante no desempenho de estratégias políticas da União Europeia, e ela tem desenvolvido esforços neste sentido. Propugna-se por uma integração das diversas alternativas sobre a matéria numa abordagem consistente e que proporcione o esverdeamento da economia e do mercado, sendo o *ecodesign* e a ecoinovação exemplos que funcionam.

Essa preocupação com a inovação se deve ao fato de que a inovação beneficia o indivíduo de maneira geral. Ela busca a solução prática de um dado problema, ou modifica, melhora uma solução já existente e moderniza. Ao passo que ela também resulta em melhoria na qualidade de serviço, defesa do ambiente, racionalização de mercadorias e serviços.

¹⁴⁵ A regulamentação da segurança alimentar envolve atualmente um grande número de organizações públicas e privadas com funções complementares, sobrepostos ou concorrentes. As relações entre atores públicos e privados na regulamentação de alimentos são variados e complexos e formam um interessante campo de estudo. Em alguns casos, a regulação privada é largamente independente da regulação pública (como o rótulo do *Marine Stewardship Council* para peixe sustentável); em outros casos, regulação privada é encorajada ou imposta pelos atores governamentais (tais como muitos códigos de higiene industrial) – Os selos *Kosher* e *Halal*, também utilizados para alimentos, nem sempre são regulamentados por instituições públicas. Ao que levanto uma indagação: Cumpre ao Estado o papel de certificar ou ser responsável pela certificação alimentar referente aos selos *Kosher* e *Halal* em razão do direito de liberdade religiosa outorgada ao cidadão? Tanto para o Judaísmo (*kosher*) quanto para o Islamismo (*halal*), o estrito cumprimento das leis religiosas está ligado à alimentação, cominando em apostasia a não obediência, pois a liberdade religiosa também inclui obedecer às regras alimentares impostas pelas religiões. Se o Estado permite que todos possam professar a fé que melhor lhe convier, será que garantir que esse direito seja exercido de modo pleno, viabilizando a identificação de produtos não seria uma extensão do direito conferido ao povo?

No campo alimentício há algumas normas de produção, um tanto peculiares, relacionadas às tecnologias inovadoras do setor de alimentos. Geralmente a estratégia da implantação de inovações tecnológicas no campo produtivo, acontece de modo criativo. Ela visa o desenvolvimento de elementos novos que sejam relevantes para os setores alimentícios, criando artifícios tanto interno, como externo, a fim de atrair o consumidor, quando este, encontra o produto à disposição no mercado, ou quando se identifica com as características referentes ao paladar. Em alguns casos, os atributos de confiança, ou, *credence attributes* como são chamados, são capazes de acrescentar novos papéis aos alimentos, o que gera, entretanto, um acúmulo de funções para o mesmo alimento. É o que acontece, por exemplo quando um alimento é vendido de acordo com o seu grande potencial nutritivo, mas ao mesmo tempo é apresentação com propriedades terapêuticas, é o que o mundo do *fitness* considera como funcional.

Produtores e consumidores ganham consciência dos desafios ambientais e sociais que atravessam o ciclo-de-vida de um produto e, na sequência do despertar de uma consciência sustentável global, tomam medidas para reduzir os desafios e respectivos impactos.

No tocante a utilização dos rótulos verdes pela administração pública, esse trabalho dispõe sobre a importância da implementação dos critérios ambientais nos contratos administrativos, os benefícios que são apresentados à população como meio de atingir o interesse coletivo e a sua influência nos mercados, uma vez que a União Europeia é um dos entes que mais estabelece vínculos contratuais a nível comunitário.

A UE está na vanguarda da proteção ambiental e por isso busca realizar uma contratação pública socialmente responsável e comprometida com o meio ambiente. Ela visa a integrar, nas diferentes etapas de formação e execução de um contrato público, critérios de políticas ambientais e recentemente foi introduzido o critério social.

A contratação pública é utilizada pela administração pública a fim de atingir o interesse público, através de aquisições de bens e serviços, como descrito na Constituição da República de Portugal, vide número 1 do artigo 266.º. E, ainda, sendo possível dispor de regulamentação específica sobre a matéria, de acordo com o Decreto-Lei n.º 18/2008, de 29 de janeiro, que aprova o Código dos Contratos Públicos.

Ainda em relação à legislação, as Diretivas de 2014, significaram um avanço nas políticas públicas de sustentabilidade na Europa, promovendo o desenvolvimento sustentável,

no âmbito da contratação pública, sem prejudicar a possibilidade de obterem a melhor relação qualidade, preço. Como por exemplo: Diretiva 2014/25/UE do Parlamento Europeu e do Conselho, de 26 de fevereiro de 2014 – relativa aos contratos públicos celebrados pelas entidades que operam nos setores da água, da energia e Diretiva 2014/24/UE do Parlamento Europeu e do Conselho, de 26 de fevereiro de 2014 - relativa aos contratos públicos.

O amadurecimento legislativo na esfera ambiental inclui a questão ecológica como um dos pilares dos contratos administrativos, uma vez que a proteção do ambiente se mostrou uma estratégia muito positiva ao bloco europeu. A assimilação desta nova consciência, face à convicção de ser este um desafio global, suplica cooperação e resultados globais – o que é fruto de uma permuta de conhecimentos e experiências a tais níveis –, bem como a implementação de políticas inovadoras e sustentáveis, pois as entidades adjudicantes, percebendo a necessidade de proteção do meio ambiente, incorporaram em suas diretrizes a decisão verde, ainda que em tempos de crise.

Como resultado da contratação pública sustentável, temos: a redução do gasto energético e dos custos relacionados com a poluição, bem como os custos da gestão dos resíduos não recicláveis; o alcance de objetivos ambientais e de saúde, providência mercados para os novos produtos, o que lhes confere uma vantagem competitiva a nível nacional e internacional. Com tudo isso, aumenta-se a legitimidade das políticas públicas contratuais e contribui-se para a sustentabilidade global.

A União Europeia tem buscado recuperar e alcançar mais força competitiva da sua economia, com viés voltado a essa aposta em tecnologias verdes e à garantia do bem-estar dos cidadãos europeus. Essa atitude desempenha importante papel de incentivo às políticas voltadas à proteção ambiental a nível global, afinal os demais mercados globais, com o intuito de também alcançar crescimento em suas economias, passam a adotar como espelho essa valorização de políticas sociais baseadas em justiça e equilíbrio, na própria preservação do meio ambiente, assim como na disseminação dessa ideologia do desenvolvimento econômico sustentável.

A pluralidade construída por várias raças, culturas e religiões impõe uma diversidade de hábitos que constituem o comportamento do consumidor, diante da explicação sobre os contratos públicos sustentáveis e a sua importância, é mister articular a posição de quem

usufruirá dos bens e serviços ecológicos e como suas vidas são afetadas pelas essas escolhas verdes.

O campo da alimentação é muito afetado por essas escolhas. A preocupação com os hábitos alimentares vem sendo interesse da população como um todo. De um lado, existe a preocupação da garantia do direito à alimentação - food security, quais as políticas públicas que deverão ser aplicadas, quais os programas de combate à fome e à pobreza poderão ser desenvolvidos; assim como, também existe a preocupação quanto à *food safety*, que trata da higiene e qualidade dos alimentos e como ele é inserido dentro da cadeia alimentar.

E, neste espaço, cabe ressaltar, que a segurança alimentar e a ambiental também são retratadas no presente estudo. Pois, é primordial que, tanto o meio ambiente, como a alimentação sejam assegurados amplamente, independente das razões que motivem o consumo do produto. A preocupação com as questões sanitárias e de salubridade não são alteradas porque nem toda a população irá se alimentar de um mesmo produto. Muito pelo contrário, o direito à alimentação deve ser estendido a todos, sem restrições, permitindo o acesso do consumidor ao produto do seu interesse, assegurando que esses alimentos não coloquem em risco a saúde humana, e nem mesmo ao meio ambiente, facilitando as informações e emitindo regras para etiquetagem, composição, data de validade e fabricação, dentre outros critérios.

Em suma, o rótulo ecológico europeu é tratado no decorrer desta dissertação entrelaçado com diversas exemplificações apresentadas. Entre estas, pode-se citar as políticas públicas ambientais formuladas com o intuito da promoção dos selos, o desenvolvimento da união europeia em concomitância com aos padrões necessários para o desenvolvimento sustentável, as contratações públicas sustentáveis como instrumento de proteção ambiental e o *marketing* aplicado.

Por fim, é importante destacar que o estudo dos rótulos ecológicos europeus não deve ser descontinuado. A sociedade e o mundo estão em constantes transformações e a rotulagem verde apresenta forte perspectiva, no que se refere ao alcance do almejado e tão necessário desenvolvimento baseado na sustentabilidade, afinal, como já explicitado, a degradação ambiental é responsável por riscos diretos ao bem-estar digno da sociedade, tanto no que se refere às próprias questões biológicas quanto em sua necessidade de disposição de recursos para a sobrevivência.

Através da educação, retoma-se a conscientização ambiental, será possível alterar comportamentos, pois é um meio em que se faz possível utilizar argumentos científicos e repassá-los de uma forma mais didática e de fácil compreensão. Além disso, quando a pessoa realmente compreende as razões das decisões verdes e a importância de cada atitude consciente, esse conhecimento será utilizado a fim de promover atitudes e ações ambientais que influenciarão a outros, bem como que fortalecerão a responsabilidade individual e coletiva no que se refere ao trato com o meio ambiente. O fato de a União Europeia ser uma das pioneiras em políticas e difusão de produtos ecológicos aumenta a relevância internacional do estudo apresentado.

DICIONÁRIO

DICIONÁRIO PRIBERAM. Disponível em: <<https://dicionario.priberam.org/espraiada>>
Acesso em 17 de fevereiro de 2020.

REFERÊNCIAS

ALEXY, Robert; SILVA, Luis Virgilio Afonso da (trad). **Teoria dos direitos fundamentais**. São Paulo: Malheiros, 2017.

ÁPPIO, Eduardo. **Controle Judicial das Políticas Públicas no Brasil**. Curitiba: Juruá, 2005.

ARAGÃO, ARAGÃO, Maria Alexandra. 2011. "**A credibilidade da rotulagem ecológica dos produtos**". RevCedoua: Revista do Centro de Estudos de Direito do Ordenamento, do Urbanismo e do Ambiente. nº 27, vol. 1, Coimbra.

BARY, Marion. 2012. **Direito a um ambiente equilibrado e respeitador da saúde e responsabilidade**. In: Cournil, Christel *et el*, (Org.). Alterações Ambientais Globais e Direitos Humanos. Edições Piaget, Lisboa, 2012.

BLUM, M. L.; NAYLOR, J. C. **Psicología industrial** – sus fundamentos teóricos y sociales. Trillas: México, 1976.

BOSELTMANN, Klaus. **The principle of sustainability: transforming law and governance**. Ashgate: Hampshire, 2008.

BOSTRÖM, M.; KLINTMAN, M. *Eco-standards, product labelling and green consumerism*. Hampshire: Palgrave Macmillan, 2008.

BUCCI, Maria Paula Dallari. **Direito Administrativo e políticas públicas**. São Paulo: Saraiva, 2002.

CANOTILHO, José Joaquim Gomes, **Direito Constitucional**. Coimbra: Almedina, 1993, p. 1034 - 1035.

CANOTILHO, José Joaquim Gomes. O Princípio da sustentabilidade como Princípio estruturante do Direito Constitucional. **Téchne - Revista de Estudos Politécnicos**. v. 1, n. 13. jun. 2010. Disponível em: <http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1645-99112010000100002> Acesso em 21 de janeiro de 2020.

CASTELLS, M. **O Poder da Identidade**. v. 2. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CEMPRE. **O que é rotulagem ambiental?** 1999. Disponível em: <<http://www.cempre.org.br/informa/jul99pergunta.htm>> Acesso em 28 de abril de 2006.

DIAS, R. **Gestão ambiental:** responsabilidade social e sustentabilidade. São Paulo: Atlas, 2009.

CROZIER, Michel. *On ne Change pas La Société par Décret*. Paris: Bernard Grasset. 1979.

DVOŘÁKOVÁ, L., KADLECOVÁ, T. *Environmental Approaches Towards Industrial Company Management in the Czech Republic*. In Products and Services; from R & D to Final Solutions. Rijeka, Croatia: Sciyo, 2010. ISBN: 978-953-307-211-1.

DYE, Thomas R. *Understanding public policy*. 12th ed. New Jersey: Pearson Education, 2008.

ELKINGTON, John. *Chapter 1 Enter the Triple Bottom Line*. 1994. Disponível em: <<http://www.johnelkington.com/archive/TBL-elkington-chapter.pdf>> Acesso em 15 de maio de 2017.

ESTORNINHO, Maria João. **Curso de Direito dos Contratos Públicos:** Por uma contratação pública sustentável. Lisboa: Almedina, 2013.

ESTORNINHO, Maria João. **Direito da Alimentação**. Lisboa: Aafdl, 2013.

ESTORNINHO, Maria João. **Direito Europeu dos Contratos Públicos**, Almedina, Coimbra, 2006.

FIORILLO, Celso Antonio Pacheco. **Curso de direito ambiental brasileiro**. 11. ed. São Paulo: Saraiva, 2010.

FORTINI, Cristina; ESTEVES, Júlio César dos Santos; DIAS, Mari Teresa Fonseca (Org.). **Políticas públicas: possibilidades e limites**. Belo Horizonte: Fórum, 2008.

FREITAS, Juarez. **Princípio da sustentabilidade:** licitações e a redefinição da proposta mais vantajosa. Revista de Direito da UNISC, Santa Cruz do Sul, n.38. julho de. 2012.

FREITAS, Thiago Pereira de. **Sustentabilidade e as Contratações Públicas**. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2014.

GOMES, Carla Amado, **A prevenção e a Prova no Direito do Ambiente**. Coimbra: Coimbra Ed., 2000.

GOMES, Carla Amado. **Direito do Ambiente**. Anotações Jurisprudenciais Dispersas. Lisboa: ICJP Ed., 2013.

GOMES, Carla Amado. **Introdução ao Direito do Ambiente**. Lisboa: AADFDL, 2012.

GOMES, Carla Amado. **As Operações Materiais Administrativas e O Direito do Ambiente**. Lisboa: AAFDL. 2005.

GOMES, Carla Amado. **Sustentabilidade Ambiental: Missão Impossível?** Palmas – Brasil. ICJP. 2014. Disponível em: <<https://www.icjp.pt/sites/default/files/papers/palmas-sustentabilidade.pdf>> Acesso em 22 de janeiro de 2020.

GOMES, Carla Amado. O plástico, a nova praga ambiental. Disponível em<https://huespedes.cica.es/gimadus/35/35_02-plastico.html> Acesso em 25 de janeiro de 2020.

GOMES, Carla Amado. **The (green) heart of the matter: a vertente procedimental da tutela do ambiente e a revisão da Lei de Bases do Ambiente.** In: Colóquio sobre A Revisão da Lei de Bases do Ambiente, 2011, Lisboa: Instituto de Ciências Jurídico Políticas.

GREEN LABEL. Disponível em: <<http://www.sec.org.sg/scls/>> Acesso em: Nov/2016.

GREEN SEAL. *Safeguarding Our Health and the Environment* - Transforming Industry and the Marketplace. Washington, DC: Green Seal, Inc, 2011.

GUEVREMONT, Véronique; LASSUS SAINT-GENIÈS, Gèraud. **Alterações Ambientais Globais e Direitos Humanos.** Direção de Christel Cournil e Catherine Colard-Fabregoule. Lisboa: Edições Piaget, 2012.

GUIDE FOR GREEN LABEL. Disponível em: < <https://www.gov.uk/guidance/apply-for-an-eu-ecolabel>>. Acesso em 10 de março de 2017.

HAM, M.; FORJAN, J. 2008, "*Standardization of eco-labels as part of responsible marketing*", International Innovation Conference for Co-operation Development (InCoDe).

HORNE, Ralph E. Limits to labels: *The role of eco-labels in the assessment of product sustainability and routes to sustainable consumption.* The Author Journal compilation. 2009.p.180. Blackwell Publishing Ltd. Disponível:<<https://19-659-fall-2011.wiki.uml.edu/file/view/Limits+to+Labels+The+role+of+eco-labels+in+the+assessment+of+product+sustainability.pdf>. >Acesso em 13 de abril de 2017.

KATZ, Daniel. *The Functional Approach to the study of attitudes.* The Public Opinion Quarterly. Published by: Oxford University Press on behalf of the American Association for Public Opinion Research. Vol. 24, No. 2, Special Issue: Attitude Change (Summer, 1960).

KOHLRAUSCH, A. K. **A Rotulagem Ambiental no Auxílio à Formação de Consumidores Conscientes.** 2003. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) – Programa de Pós-graduação em Engenharia de Produção, UFSC, Florianópolis, 2003.

KOTLER P.; KELLER K. **Administração de Marketing.** 12.ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

LATHAM, Michael C. *Human nutrition in the developing world.* Roma: FAO, 1997.

LUBBERS, Eveline. *Battling big business: countering greenwash, infiltration, and other forms of corporate bullying.* 2002.

MACHADO, Jónatas E. M. **Liberdade de Expressão Dimensões Constitucionais** da Esfera Pública no Sistema Social. Coimbra: Coimbra Editora, 2002.

MANDER, Jerry. *The Environmental Handbook*: Prepared for the First National Environmental Teach-In. Edited by Garrett De Bell. San Francisco, Calif. 94133: Friends of the Earth. April, 1970.

MACHADO, Paulo Affonso Leme. **Recursos Hídricos**: direito brasileiro e internacional. São Paulo: Malheiros, 2013.

MARGUÉNAUD, Jean-Pierre. **As jurisprudências do Tribunal Europeu dos Direitos Humanos e do Comité Europeu dos Direitos Sociais relativos aos Direitos Humanos ao Ambiente**. Edições Piaget, Lisboa, 2012.

MIRANDA, Jorge. **Manual de Direito Constitucional**. 3.ed. Tomo IV. Coimbra: Coimbra Editora, 2000.

MIRANDA, João. **Direito dos Resíduos**. ICJP, Lisboa, 2014.

MORAIS, Roberta Jardim de. **Segurança e Rotulagem de alimentos geneticamente modificados**: SERAGEM: uma abordagem do direito econômico. Rio de Janeiro: Editora Forense, 2004.

MOURA, L.A.A. **Qualidade e Gestão Ambiental**: sugestões para implantação das normas ISO 14.000 nas empresas. 2. ed. São Paulo: Editora Juarez de Oliveira, 2000.

NOGUEIRO, L. A. S. **Práticas de gestão ambiental na administração pública local**. 2008. Dissertação (Mestrado em Ciências e Engenharia do Ambiente) - Universidade Nova de Lisboa, Lisboa, 2008.

NOSSO FUTURO COMUM. **Comissão Mundial sobre o Meio Ambiente** - Relatório de Bundtland. Editora Fundação Getúlio Vargas. 2ª edição. Rio de Janeiro. 1991.

PAIVA, Eduardo de Azevedo. **CURSO DE CONSTITUCIONAL**: normatividade jurídica, Rio de Janeiro: EMERJ, 2013.

PAGOTTO, Érico Luciano. **Greenwashing**: Os conflitos éticos das propagandas ambientais. Dissertação (mestrado). Escola de Artes, Ciências e Humanidades da Universidade de São Paulo. São Paulo: 2013.

PINTO, Ricardo Leite. Liberdade de Imprensa e Vida Privada. **Revista da Ordem dos Advogados**, Ano 54º, 1994.

POLONSKY, M. J. *An Introduction To Green Marketing*. Electronic Green Journal, November. v. 1, n. 2, 1994.

PORTILHO, F. **Sustentabilidade ambiental, consumo e cidadania**. 2. ed. São Paulo: Cortez, 2010.

PREUSSLER, M. et al. **Rotulagem Ambiental: um estudo sobre NR's**. IV Semana Paulista de P+L, São Paulo, 2007.

PRIEUR, Michel. ***Droit de L'Environnement***. 5.ed. Paris: Dalloz, 2004.

PRIEUR, Michel. ***Le Droit à L'Information en Matière d'Environnement in Le Droit à L'Information en Matière d'Environnement dans les Pays de L'Union Européenne***. Limoges: PULIM, 1997.

RECICLAGEM. Disponível em: <<http://www.abre.org.br/downloads/cartilha.pdf>> Acesso em 17 de abril de 2017.

RICHARDSON, Roberto J. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

SANTOS, Murilo Giordan; BARKI, Teresa Vilac Pinheiro (Coord.). **Licitações e contratações públicas sustentáveis**. Belo Horizonte: Fórum, 2011.

SELO ECOLÓGICO. Disponível em: <<http://www.flocert.net/>>. Acesso em 14 de abril de 2017.

SILVA, Vasco Pereira da. **Verde: Cor de Direito** - Lições de Direito do Ambiente. 2ª Reimpressão. Coimbra: Almedina, janeiro de 2005.

SILVA, Virgílio Afonso da. **Princípios e regras: mitos e equívocos acerca de uma distinção**. Revista Latino-Americana de Estudos Constitucionais 1. USP. 2003.

SCHIFFMAN, Leon G; KANUK, Leslie L. **Comportamento do Consumidor**. 6ª ed. Rio de Janeiro: Editora LTC, 2000.

TACHIZAWA, T. **Gestão ambiental e responsabilidade social corporativa**. 4 ed. São Paulo: Editora Atlas, 2006.

TEODORO, Pacelli Henrique Martins. **Sustentabilidade e Cidade** [recurso eletrônico]: a complexidade na teoria e prática. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2013

ULLMAN, Richard H. ***Redefining Security, International Security***, v. 8, n. 1, Summer, 1983. The MIT Press.

VALENTE, Flávio L. Schieck. **Direito Humano à Alimentação: desafios e conquistas**. São Paulo: Cortez, 2002.

REFERÊNCIA LEGISLATIVA

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. Disponível em: <<http://www.abnt.org.br/>> Acesso em: 12 de abril de 2017.

BRASIL. Supremo Tribunal Federal. Súmula nº 3540. 2006. p.11. Disponível em: <<http://redir.stf.jus.br/paginadorpub/paginador.jsp?docTP=&docID=4027060&pgI=11&pgF=15>> Acesso em 24 de janeiro de 2017.

Bruxelas. Livro Verde. Disponível em: <<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2010:0365:FIN:PT:PDF>> Acesso em: 22 de fevereiro de 2016.

COM – European Commission. Towards a circular economy: a zero waste programme for Europe. COM (2014)398final. Bruxelas: COM, 2014. 2014a. Disponível em: <<https://ec.europa.eu/transparency/regdoc/rep/1/2014/PT/1-2014-398-PT-F1-1.Pdf>> Acesso em 23 de janeiro de 2020.

Comissão Mundial sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento, Relatório Brundtland, 1987. Disponível em: <<https://ambiente.files.wordpress.com/2011/03/brundtland-report-our-common-future.pdf>> Acesso em 17 de abril de 2016.

CONAR. Disponível em: <<http://www.conar.org.br/>> Acesso em 10 de fevereiro de 2020.

DECISÃO N.º 1386/2013/EU. Disponível em: <<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/PDF/?uri=CELEX:32013D1386>> Acesso em: 02 de fevereiro de 2020.

Declaração Universal de Direitos Humanos – Disponível em: <<http://www.un.org/en/universal-declaration-human-rights/>> Acesso em: 13 de março de 2016.

Decreto-Lei nº 186/90 – Disponível em: <<http://publicos.pt/documento/id574930/decreto-lei-186/90>> Acesso em: 20 de março de 2017

Decreto-Lei nº 12/2011, de 24 de janeiro. Disponível em: <http://www.label-pack-a-plus.eu/wp-content/uploads/2015/09/DL-12_2011-transpoe-EcoDesign.pdf> Acesso em 11 de outubro de 2016.

Decreto-Lei n.º 39/2018. Disponível em: <<https://dre.pt/home/-/dre/115487878/details/maximized>> Acesso em: 02 de fevereiro de 2020.

Decreto Legislativo de 3 abril de 2006, n. 152, Parte Quatro, Título I, Capítulo I, Art. 181 a, b, c, d, tradução nossa. Publicado em *Gazzetta Ufficiale* n. 88 de 14 de abril de 2006 -

Diretiva 2009/125/CE, de 21 de outubro de 2009. Disponível em: <<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/PDF/?uri=CELEX:32009L0125&from=PT>> Acesso em 11 de outubro de 2016.

Diretiva (UE) 2015/2193. Disponível em: <<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/?uri=CELEX:32015L2193>> Acesso em 02 de fevereiro de 2020.

Suplemento Ordinário n. 96. Disponível em: <<https://www.camera.it/parlam/leggi/deleghe/06152dl3.htm>> Acesso em 26 de janeiro de 2020.

ECO-INNOVATION. Disponível em: <http://ec.europa.eu/environment/eco-innovation/files/docs/publi/brochure_ecoinnovation_a42013.pdf>. Acesso em 19 de abril de 2017.

ESTOCOLMO. Declaração de Estocolmo sobre o Ambiente. 1972. – Disponível em: <<http://www.unece.org/fileadmin/DAM/env/pp/EU%20texts/conventioninportogese.pdf>> Acesso em: 10 de janeiro de 2016.

EUROPEAN COMMISSION. Disponível em: <<http://ec.europa.eu/environment/ecolabel/>>. Acessado: 24 novembro de 2016.

FRANÇA. Code de L'environnement, Código do Meio Ambiente Francês. Disponível em: <<https://www.legifrance.gouv.fr/affichCodeArticle.do?idArticle=LEGIARTI000022494168&cidTexte=LEGITEXT000006074220>> Acesso em 16 de abril de 2017.

FRANÇA. Carta do Meio Ambiente, 2004 - <http://www.conseil-constitutionnel.fr/conseil-constitutionnel/root/bank_mm/portugais/constitution_portugais.pdf> Acesso em 12 de dezembro de 2016.

MAASTRICHT. Tratado da União Europeia. p. 4. Disponível em: <https://europa.eu/european-union/sites/europaeu/files/docs/body/treaty_on_european_union_pt.pdf> Acesso em: 20 de março de 2016.

Novo Regulamento Comunitário de Construção – Regulamento nº 302/2011. Disponível em: <http://eur-lex.europa.eu/resource.html?uri=cellar:63e47aae-d9b6-11e3-8cd4-01aa75ed71a1.0020.01/DOC_1&format=PDF> Acesso em: 11 de outubro de 2016.

ONU. Disponível em: < <http://www.un.org/en/universal-declaration-human-rights/> > Acesso em: 13 de março de 2016.

Pacto Internacional dos Direitos Civis e Políticos – Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/1990-1994/d0592.htm> Acesso em: 23 de abril de 2017.

Pacto de Direito Internacional sobre os Direitos Econômicos – Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/1990-1994/d0591.htm> Acesso em: 23 de abril de 2017.

PLANO DE AÇÃO EUROPA. Disponível em: <http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sustainablebusiness/environment-action-plan/index_en.htm>. Acesso em 20 de março de 2017

PORTUGAL. CONSTITUIÇÃO (1976). CONSTITUIÇÃO DA REPÚBLICA PORTUGUESA. Disponível em: <<https://www.parlamento.pt/parlamento/documents/crp1976.pdf>> Acesso em 26 de abril de 2017.

PORTUGAL. Constituição da República Portuguesa. Disponível em: <<http://www.ministeriopublico.pt/iframe/constituicao-da-republica-portuguesa>> Acesso em 21 de janeiro de 2020.

PORTUGAL. Decreto Lei nº 169/2012. Sistema da Indústria Responsável. Disponível em: <<http://www.azores.gov.pt/NR/rdonlyres/53A07B3F-018A-4874-AB9F-4A7A41693D7E/672078/DL1692012SIR.pdf>> Acesso em 20 de abril de 2017.

PORTUGAL. Ponto 37 da proposta – ainda em fase de avaliação – de Decisão do Parlamento Europeu e do Conselho relativa a um programa geral de Acção da União para 2020 em matéria de ambiente “Viver bem, dentro das limitações do nosso planeta”, COM(2012) 710 final. Disponível em: <<https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2012:0710:FIN:PT:PDF>> Acesso em 23 de janeiro de 2020.

PORTUGAL. Código de Contratos Públicos. 2008. p. 64. Disponível em: <http://www.base.gov.pt/mediaRep/inci/files/base_docs/CCPTextoconsolidadojan2016.pdf> Acesso em: 14 de dezembro de 2016.

PORTUGAL. Código da Publicidade. Disponível em: <<http://docplayer.com.br/2352327-Codigo-da-publicidade-decreto-lei-n-o-330-90-de-23-de-outubro.html>>. Acesso em 25 de março de 2017.

PORTUGAL. Código dos Contratos Públicos. Disponível em: <http://www.base.gov.pt/mediaRep/inci/files/base_docs/CCPTextoconsolidadojan2016.pdf> Acesso em: 14 de abril de 2017.

PORTUGAL. Lei de Bases. Lei n.º 19/2014 de 14 de abril. Disponível em: <http://www.dgpm.mam.gov.pt/Documents/Lei%2019_2014.pdf> Acesso: 18 de abril de 2017.

PROGRAMA DA EUROPA PARA POLÍTICAS AMBIENTAIS ATÉ 2020. Disponível em: <<http://ec.europa.eu/environment/action-programme/>> Acesso em 14 de abril de 2017.

REGULAMENTO (CE) N.O 178/2002. Disponível em: <<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2002:031:0001:0024:PT:PDF>> Acesso em 16 de abril de 2017.

REGULAMENTO (CE) N.O 880/1992. Disponível em: <<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/PDF/?uri=CELEX:31992R0880&from=PT>> Acesso em 20 de janeiro de 2016.

REGULAMENTO (CE) N° 1980/200. Disponível em: <<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/PDF/?uri=CELEX:32000R1980&from=PT>>. Acesso em 18 de abril de 2017.

REGULAMENTO (CE) N° 66/2010 – Disponível em: <<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2010:027:0001:0019:pt:PDF>> Acesso em: 18 de novembro de 2016.

RIO DE JANEIRO. Declaração do Rio de Janeiro sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento. 1992. p.1, 3. – Disponível em: <<http://www.onu.org.br/rio20/img/2012/01/rio92.pdf>> Acesso em 15 de maio de 2015.

SUÍÇA. Comissão de Basileia, 1989. Disponível em: <<http://www.basel.int/Portals/4/Basel%20Convention/docs/text/BaselConventionText-e.pdf>> Acesso em 25 de agosto de 2017.

UNIÃO EUROPEIA. Disponível em: <https://ec.europa.eu/programmes/horizon2020/sites/horizon2020/files/H2020_PT_KI0213413PTN.pdf> Acesso em 26 de janeiro de 2020.